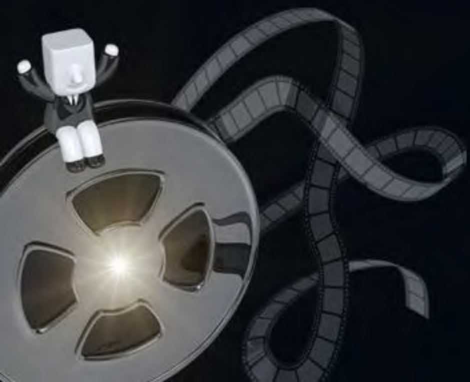
FORWARD前瞻

中国产业咨询第一股 股票代码:839599

2020年
中国纪录片行业研究报告



前瞻产业研究院出品



VISIT…

LANZAROTE

Caliente.com

扫码免费领取资料



房中术(www.zuihaoziyuan.com)专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程：英语学习，技能提升，PS 教学，投资赚钱，音乐教程，口才教学，情商提升，风水教学，心理学，摄影知识，幼儿学习，书法学习，记忆力提升等等......

扫码加微信lax988988领取资料



==

全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ：167520299 或添加微信：1131084518（备注PDF）

阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能，理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课，全面掌握男性健康问题 让你重燃自信
联系微信：1131084518

1、东方性经
2、印度 17 式
3、口交技巧 3 部
4、港台性姿势 3 部
5、365 性姿势 6 部
6、泰国性爱密经 17 式
7、花花公子性技巧 6 部
8、阁楼艳星性技巧 7 部
9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
11、古代宫廷性保健系列 14 部
12、汉唐宋元明清春宫图真人
13. 柔软性爱宝典 日本 9800 课
14. 李熙墨 3999 全套课
15. 妖精性爱课 2888
16. 李银河全套性课
17. 领统统性课
18. 德勇男性篇
19. 德勇男性篇
20. 缓慢性爱
21. 亚当多体位搭配篇
22. 亚当多体位结合篇
23. 德勇克服早泄讲座练习
24. 德勇以女性为中心得爱抚
25. 加藤鹰接吻爱抚舌技
26. 加藤鹰指技
27. 加藤鹰四十八手入门
28. 佐藤潮吹教学
29. 佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
30. 佐藤男人早泄对抗训练
31. 阿拉伯延时训练
32. 田渊正浩秘籍
33. 异性性快感集中训练教学
34. 自我愉悦锻炼密宗
35. 铁牛全套延时训练课
36. Pc 机锻炼真人视频教学
37. 印度性经全集 8 部
38. 21 世纪性爱指南
39. 香蕉大叔男女训练馆全套
40. 中美真人性治疗教学+理论
41. 女性闺房秘术
42. 幸福玛利亚性课
43. 陈见如何释放性魅力征服
44. 性爱技巧讲座全套
45. 性爱秘籍全套
46. 性爱误区讲座
47. 性病讲解大全
48. 性博士讲座合集
49. 性健康和性高潮合集
50. 性教育讲座合集
51. 性能力课堂合集
52. 性生活问题解析合集
53. 意外怀孕和避孕处理课堂
54. 性感地带探索
55. 性技巧讲座
56. 性健康与性卫生讲座
57. 性生活专家答疑
58. 性心理与性道德合集
59. 性爱宝典合集
60. 性爱技巧合集
61. 完美性爱演示
62. 完美性爱技术讲解

更多精品等你来解锁哦…………

每日免费获取报告

1、每日微信群内分享7+最新重磅报告；

2、每日分享当日华尔街日报、金融时报；

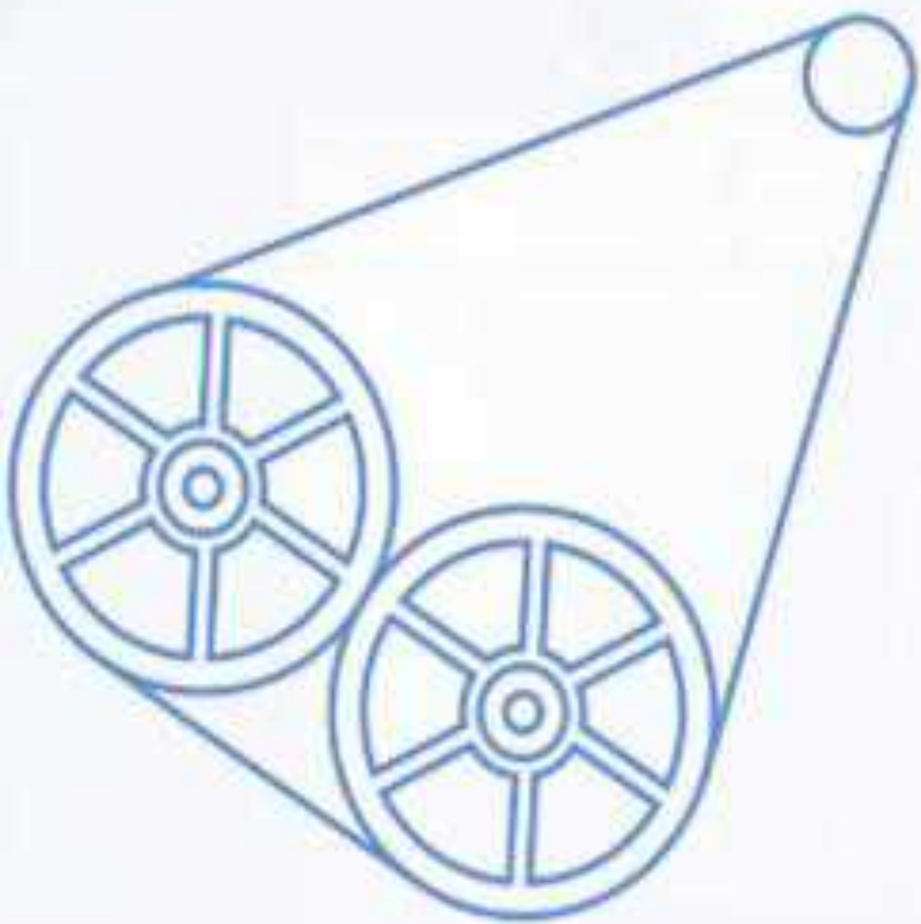
3、每周分享经济学人

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，起点财经仅分发做内部学习。



扫一扫二维码
关注公号
回复：研究报告
加入“起点财经”微信群。。

目 录
CONTENT



01 纪录片行业概念及发展因素

02 纪录片行业发展现状

03 纪录片细分领域发展现状

04 纪录片代表性投资方运营分析

05 纪录片行业发展趋势

前瞻产业研究院 中国产业咨询领导者(股票代码839559)

01

纪录片行业概念及发展因素

1.1 纪录片行业相关概念

1.2 纪录片行业发展因素

前瞻产业研究院 中国产业咨询领导者(股票代码833959)

1.1 纪录片概念：真人真事，引人思考

纪录片（Documentary）最早由英国纪录电影大师格里尔逊提出，出现于20世纪20年代。纪录片是以真实生活为创作素材，以真人真事为表现对象，并对其进行艺术的加工与展现的，以展现真实为本质，并用真实引发人们思考的电影或电视艺术形式。纪录片的核心为真实，是一种具有审美价值并且起到审美认知、审美教育、审美娱乐作用的影视艺术类型。

纪录片分类

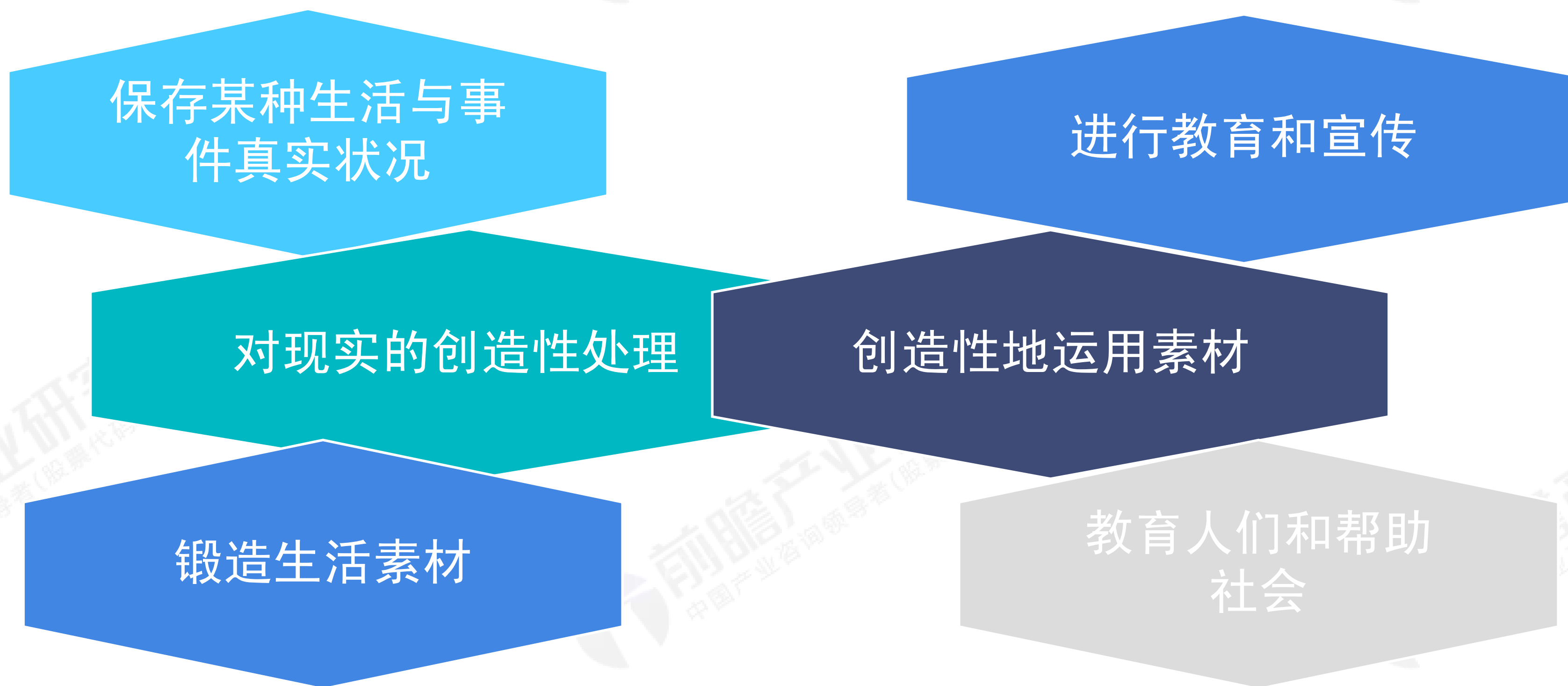


资料来源：百度百科 《邵泽宇：纪录片定义新谈》

1.1 纪录片概念：“对现实的创造性处理”，保持纪实精神

根据格里尔逊对纪录片的定义，纪录片具有像档案、文献一样保存某种生活与事件真实状况的功能，可以用来进行教育和宣传；它不仅能锻造生活素材，更具教育人们和帮助社会的功能；纪录片的根本任务在于“对现实的创造性处理”，即便有再强烈的教育设想和广告任务，但决不可以去捕风捉影，也就是要始终保持纪实精神不动摇。

纪录片功能



资料来源：《倪祥保：应该努力为纪录片定义》

1.2 纪录片行业发展因素：政策、技术、受众需求

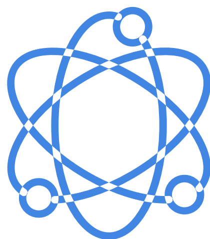
纪录片行业的发展与政策推进密不可分。2010年，我国纪录片行业开始了转折性变化，其标志便是广电总局的《关于加快纪录片产业发展的若干意见》。此外，纪录片的制作需要一定的技术，纪录片行业发展取决于受众对纪录片的观看需求。

纪录片行业发展影响因素



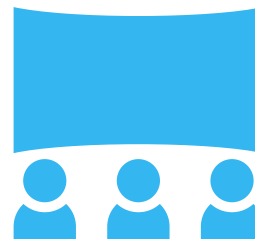
政策推进

政策推进行业整体发展，为行业发展制定明确方向，提供相应扶持措施为相关企业发展保驾护航，推动纪录片国产化、优质化



技术迭代

技术的发展推动了纪录片样态的革新。在以数字技术为基础的新媒体时代下，促使纪录片行业出品形态多元化



受众需求

纪录片蕴含高浓度知识内容和深层次内容吸引了大批高品质的受众，行业满足受众需求不断提升出品质量，有利于纪录片行业发展

资料来源：前瞻产业研究院

1.2.1 纪录片行业政策推进：纪录片产业化进程开启于2010年

我国纪录片产业化进程开启于2010年。2010年，随着《关于加快纪录片产业发展的若干意见》发布，提出了纪录片产业发展的总体要求与主要任务，构建了纪录片整体市场体系及发展战略；2013年，“加强版限娱令”下发，为纪录片占领“时间”与“空间”，大大加快了我国纪录片产业化的速度。相关政策的出台使得我国纪录片发展环境得到明显改善。

中国有关促进纪录片行业发展的政策时间轴



资料来源：艾瑞咨询

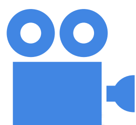
1.2.2 纪录片行业技术迭代：从摄影器材便携化至数字技术创作

声音的出现、轻便摄影器材、声画同步技术和数字技术的出现都在不同程度上推动了纪录片样态的革新。如今，全球正处于以数字技术为基础的新媒体时代下，数字拍摄与制作技术、计算机虚拟成像技术、互联网与移动互联网技术、航拍、VR等新媒体技术纷纷进入到纪录片创作领域，使当下纪录片多元形态并存。

中国“纪录片”技术演变历程



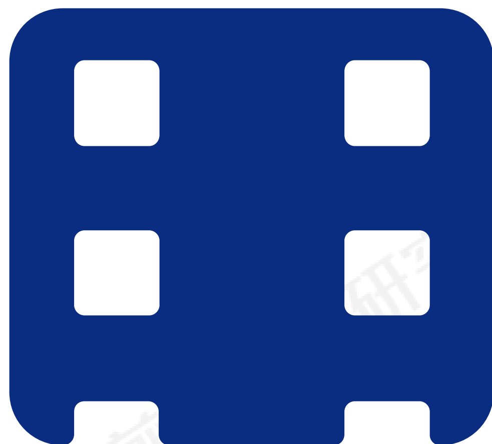
影片拍摄时，同时记录下演员在现场最真实的表演状态、对白及现场空间环境声



小巧、易于操作的摄影器材，助于记录沿途各种各样的摄制环节和事件

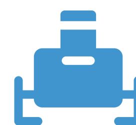


利用数字特效完成无法直接拍摄的画面，使纪录片的创作表现手法得到丰富





“互联网+”视野下的纪录片制作，引领纪录片制作开始进入用户互动时代



航拍在纪录片中得到广泛应用，给人们提供了新的视角，带来刺激的观感



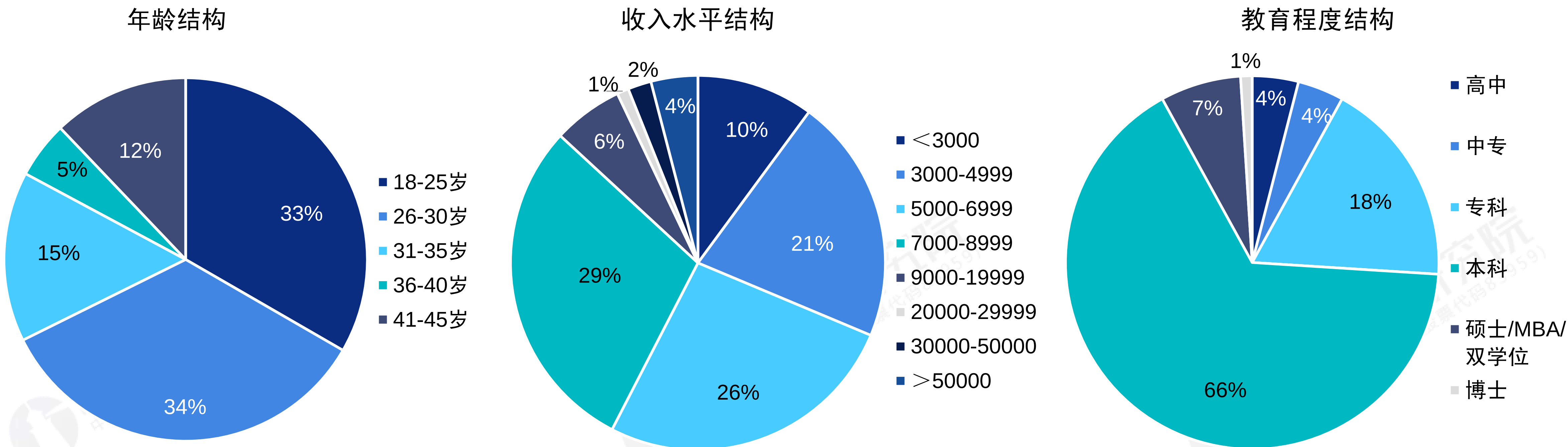
VR纪录片是交互型纪录片发展的新类型，其把制作纪录片的控制权交给观众，互动性加强

资料来源：《王家东：技术驱动与新媒体时代纪录片的发展样式》

1.2.3 纪录片行业受众画像：以我国的新中产阶层为主

纪录片蕴含高浓度知识内容和深层次内容吸引了大批高品质的受众。调查显示，我国纪录片的受众中有82%年龄在18-35岁；有74%受众的教育程度在本科及以上；有55%的受众月薪在7000-20000元之间，说明纪录片受众群体主要以我国的新中产阶层为主。

中国纪录片受众按年龄、收入、教育水平人群画像（单位：%）



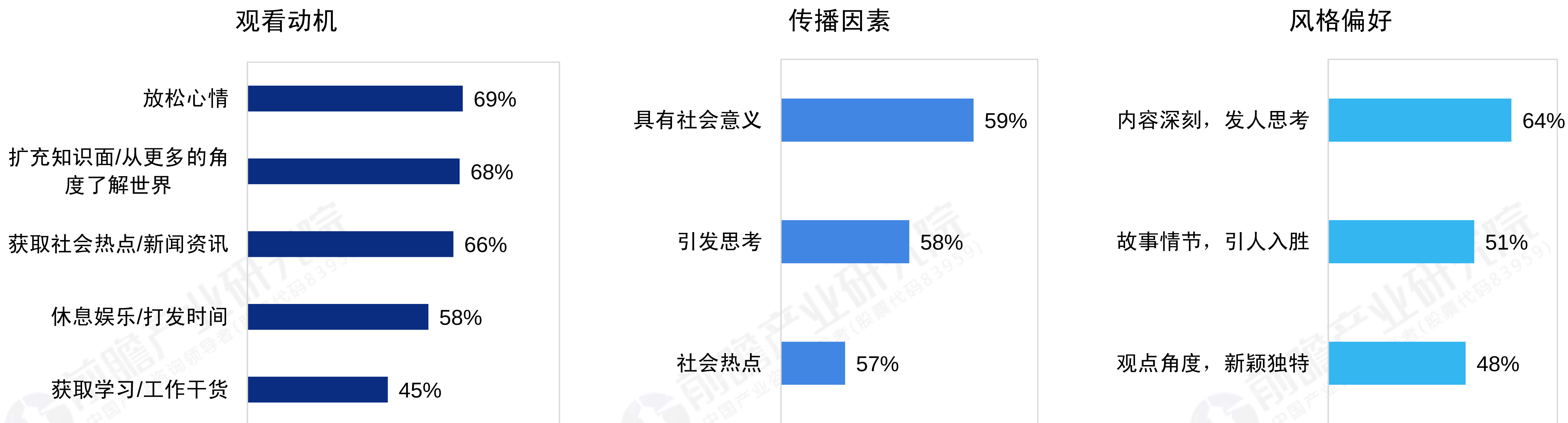
注：统计时间2017.1.1-12.31,2018.9.10-2018.9.30，n=516

资料来源：《2019纪录片内容及用户报告》

1.2.3 纪录片行业受众需求：扩充知识面，内容发人思考

在受众观看纪录片需求上，超过68%的受众观看纪录片是以放松心情、扩充知识面为目的，也有66%的受众是为了获取社会热点和新闻资讯；在受众观看纪录片后二次传播的主导因素上，59%的受众认为具有社会意义才会引发二次传播；在风格偏好上，超过60%的受众认为内容深刻、发人思考最为重要。

中国纪录片受众观看纪录片动机、传播因素、风格偏好分析（单位：%）



注：统计时间2017.1.1-12.31,2018.9.10-2018.9.30，n=516

资料来源：《2019纪录片内容及用户报告》

02 纪录片行业发展现状

2.1 纪录片行业发展历程
2.2 纪录片行业发展现状
2.3 纪录片产业链

前瞻产业研究院
中国产业咨询领导者(股票代码83959)

2.1 纪录片行业发展历程：交织着政治、经济、文化、技术

纵观我国纪录片行业的发展历程，其始终交织着政治、经济、文化、技术等多重合力，不同时期又有各自的主导逻辑，在发展轨道上不断叠加新的驱动力。

中国纪录片产业发展历程

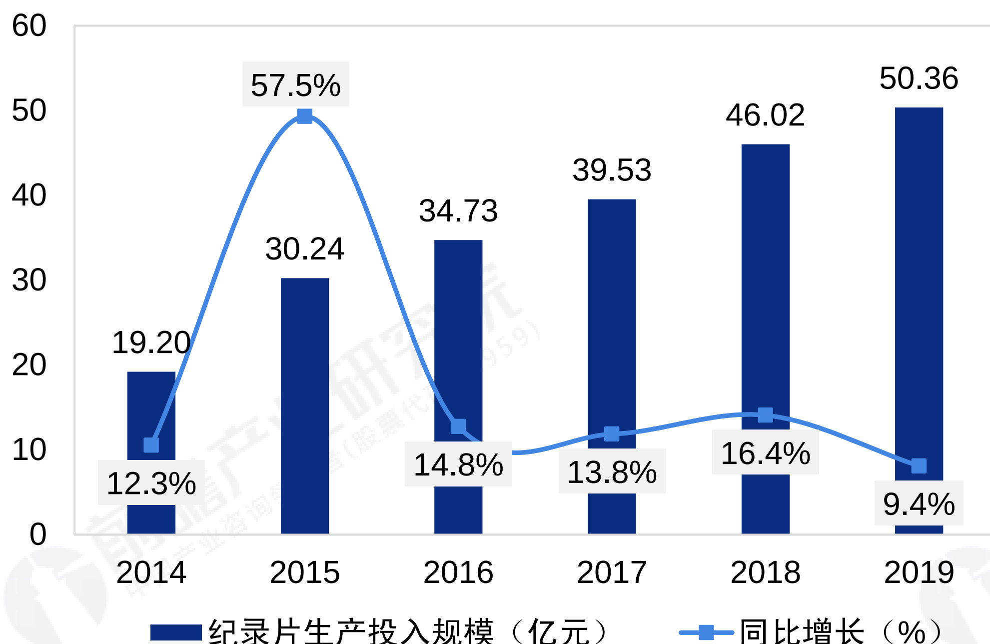


资料来源：《杨旭：反映时代变迁顺应发展潮流—60年中国纪录片创作特征研究》

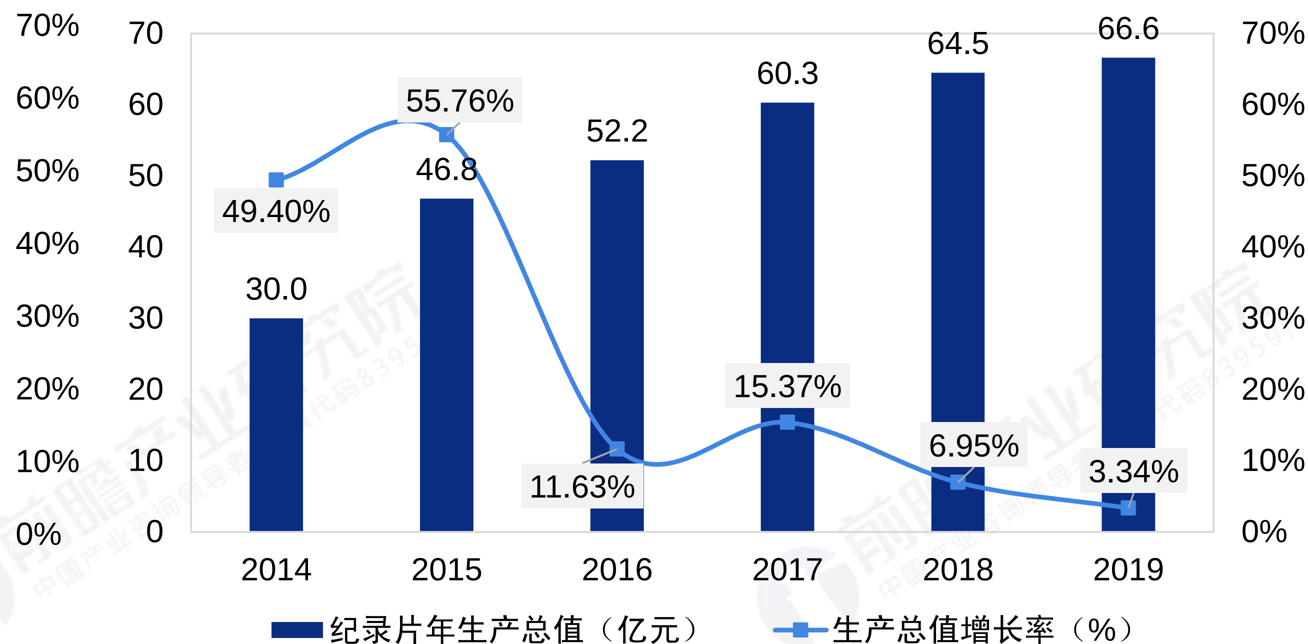
2.2 纪录片行业发展现状：产业上升阶段，增速趋缓平稳

中国纪录片产业化进程自2010年开启，经过5年的高速增长阶段后，从2016年开始进入低速增长阶段。2019年，中国纪录片生产总投入为50.36亿元，同比增长9.4%；年生产总值约66.60亿元，同比增长3.3%，增长幅度是近10年来最低值。整体来看，我国纪录片产业仍在上升阶段，增速虽缓但较为平稳。

2014-2019年中国纪录片年生产投入（单位：亿元，%）



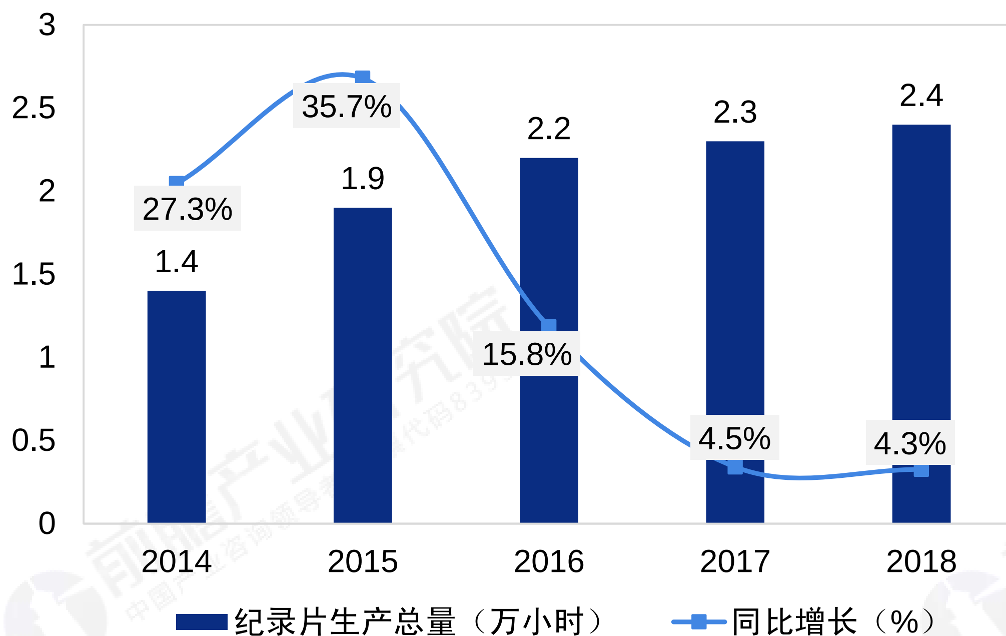
2014-2019年中国纪录片年生产总值（单位：亿元，%）

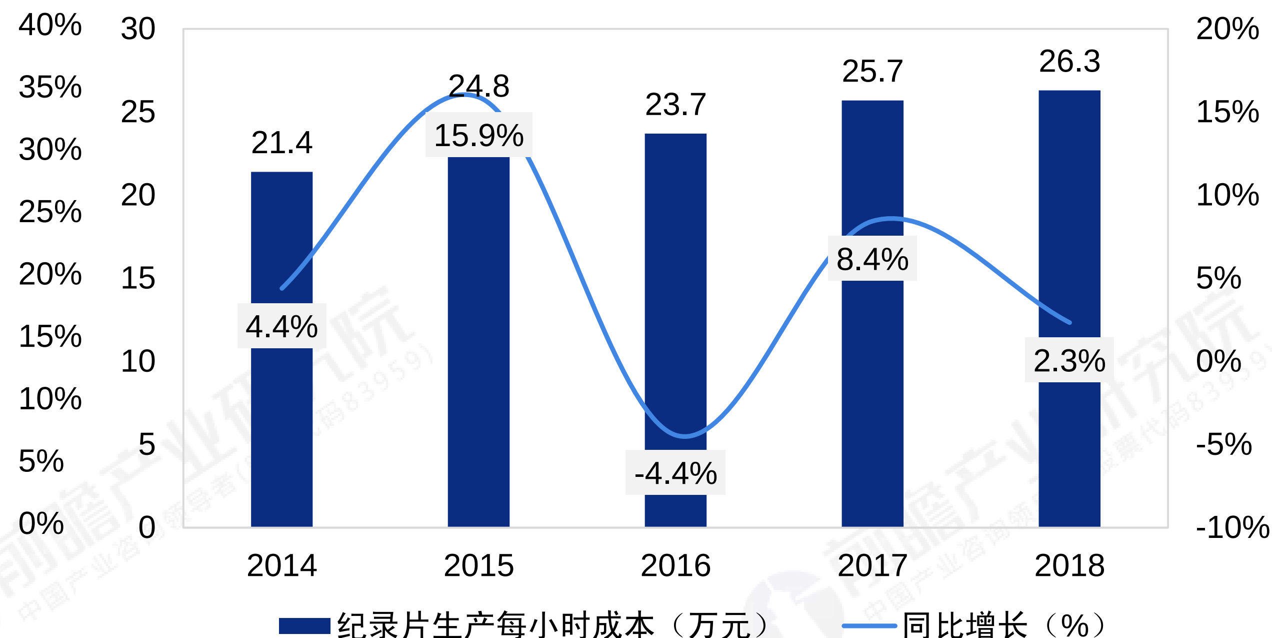


资料来源：《2019年中国纪录片产业观察》

2.2.1 纪录片行业发展现状：生产总量和成本整体增长

随着各主体对纪录片生产投入的加大，加速我国纪录片产业生产进程。2014-2018年我国纪录片年生产总量不断提升，2018年我国纪录片生产总量达到2.4万小时。除了在数量上增长外，我国纪录片的制作质量也不断提升。从我国纪录片生产每小时成本来看，也呈现出整体增长的趋势。2018年，我国纪录片生产每小时成本为26.3万元。



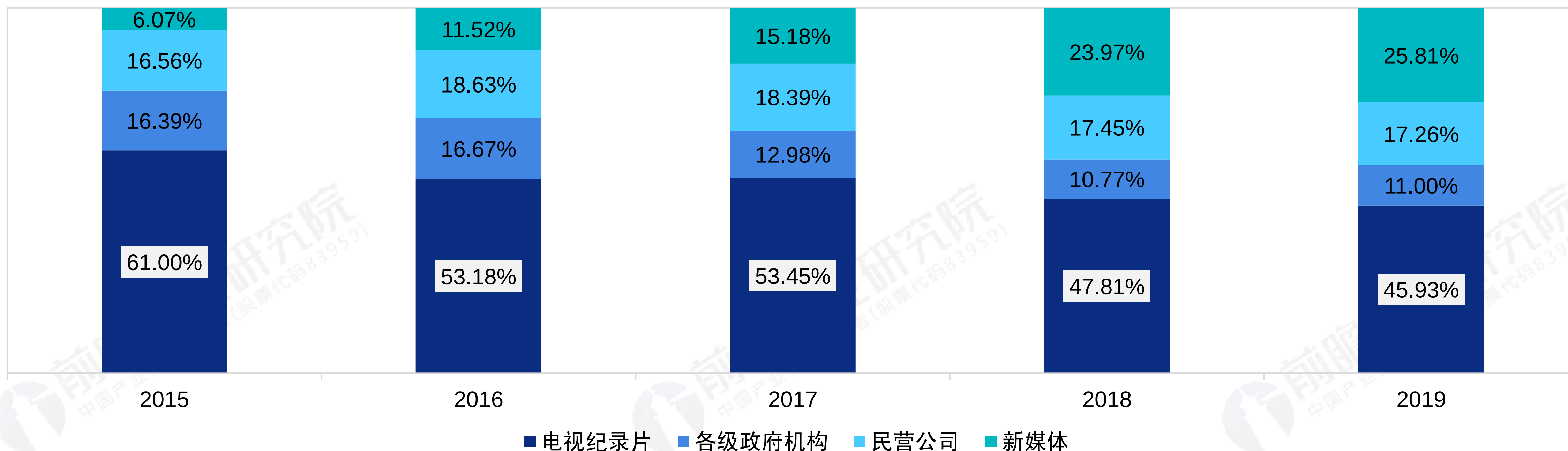


资料来源：CRDC中国纪录片研究中心

FORWARD前瞻
中国产业咨询第一股 股票代码:839599

从生产投入看，2019年体量排序由高到低依然是电视台、新媒体机构、民营公司、国家机构，但占比再次发生了变化。2019年，我国电视台纪录片生产投入占比由2018年的47.81%降为45.93%，而新媒体由2018年的23.97%增长到25.81%，新媒体平台已经维持了2年生产投入主体第二名的位置，呈现逐年上升的态势。整体来看，我国纪录片生产投资主体趋于合理和多元。

2015-2019年中国纪录片年生产投入分主体结构（单位：%）



资料来源：《2019年中国纪录片产业观察》

FORWARD前瞻 中国产业咨询第一股 股票代码:839599

纪录片产业链清晰，上游主要为纪录片投资方及有广告投放需求的广告主对纪录片制作提供资金支持；中游为纪录片制作和传播主体，传统的有电视台、各级政府机构，如今有新媒体机构入局；而硬件设施服务商、营销服务商等也为纪录片产业发展起着重要的支撑作用。

纪录片产业链



资料来源：前瞻产业研究院

2.3.1 纪录片行业制作模式：推进制播分离，发展多元制作模式

目前，我国纪录片制作播出仍主要为“制播一体化”模式。但随着我国不断出台纪录片发展相关方面的保护政策，推进我国实现制播分离，逐渐形成纪录片版权内容创作主体化。多方纪录片机构可进行合作，实现机构双方的经济共赢，有效降低了纪录片创作的成本，为市场提供更多优质的纪录片作品。

中国纪录片行业制作模式

外购素材/成片

一方向另一方购买素制作与传播主体之间进行合作，根据项目投材或成品，进行再制作及运作。填补片源的便利途径，可带来稳定数量的作品



多方联合制作

制作与传播主体之间进行合作，是大型纪录片制作的首选模式，可有效整合大量资源。即可保证出品质量，又能较为高效地将成品投入市场。

独立自主制作

制片主体独立自主完成制片全部过程，对制片机构要求高，版权完全归属自制方

委托承包制作

“电视台出资＋社会力量制作”的制作生产模式，推动形成统一、开放、竞争、有序的纪录片市场。这种模式让电视台和社会制作机构各取所需、各显所长，实现资源和利益的最大化

资料来源：《孙辉：纪录片的版权营销及保护》 艾瑞咨询

2.3.2 纪录片行业传播模式：“金字塔”结构，传播渠道立体化

目前，我国纪录片播出平台呈现出“金字塔”结构：头部为传统媒体央视、省级卫视等大型电视台纪录频道；腰部为我国主流视频网站及二更等新媒体内容机构、社交媒体；底部则为抖音、快手等UGC短视频平台。我国纪录片传播渠道愈发立体化。

中国纪录片行业传播模式



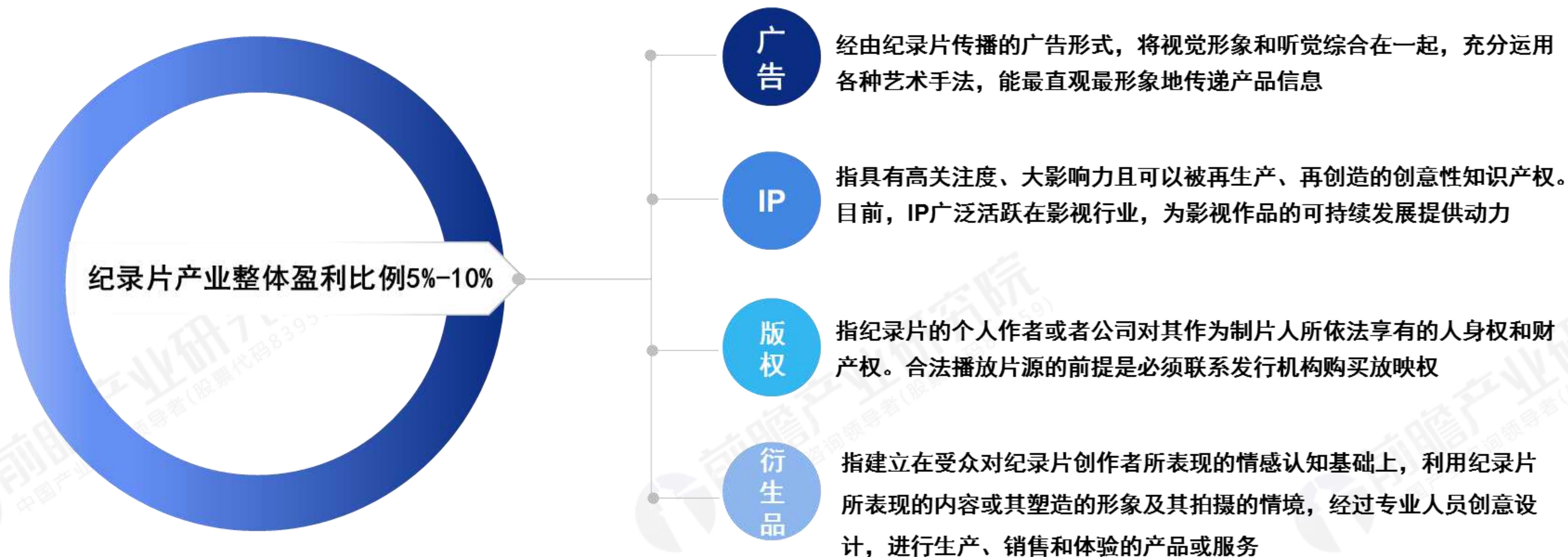
资料来源：CRDC中国纪录片研究中心

前瞻产业研究院 中国产业咨询领导者(股票代码839599)

2.3.3 纪录片行业盈利模式：广告为主要来源，盈利比例不高

相对电影、电视剧、综艺节目动辄上亿元的收入，纪录片的回报往往仅有几十万元或者几百万元，能够达到千万元级别收入的纪录片凤毛麟角。2019年，中国纪录片行业的盈利模式呈现多元化发展，主要以广告销售、版权售卖、IP授权及衍生品开发等为主，广告销售为主要收入来源，占比超过50%。

中国纪录片行业盈利模式

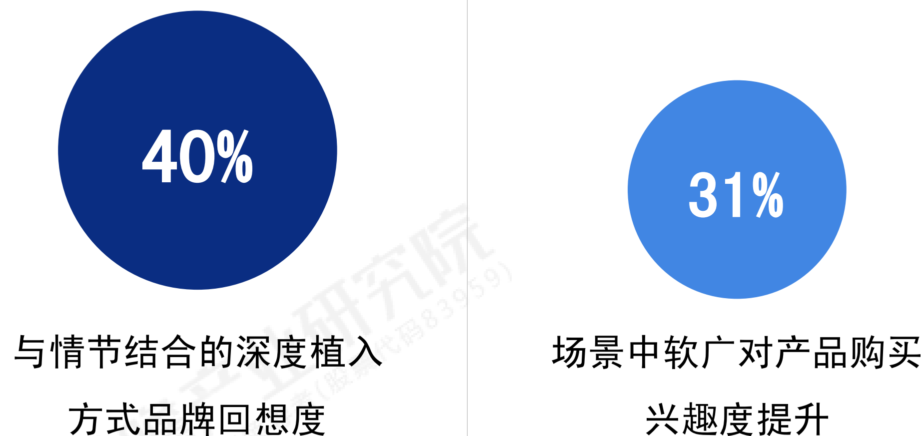


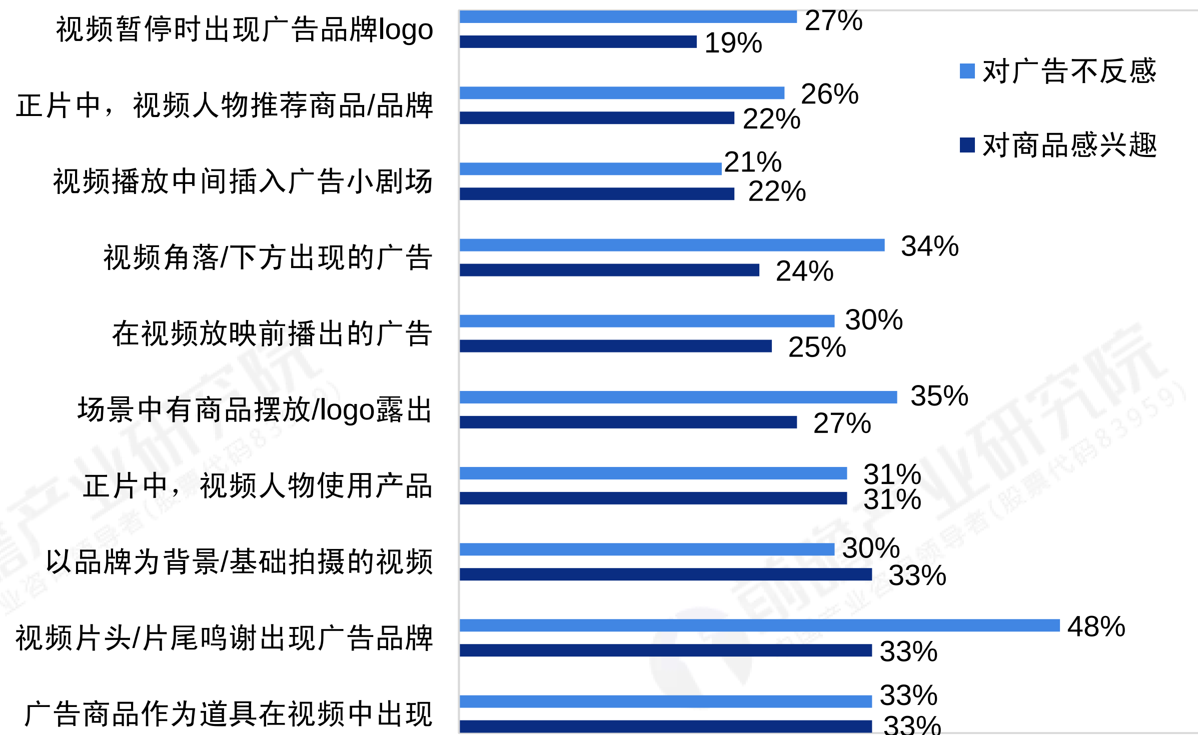
资料来源：南方都市报 艾瑞咨询

FORWARD前瞻
中国产业咨询第一股 股票代码:839599

目前，我国纪录片行业收入来源仍为广告销售。调查显示，受众普遍对片头/片尾的鸣谢广告、场景中商品摆放、视频角贴等干扰性较低的广告不感到反感，而与情节结合的深度植入方式品牌回想度高达40%，软广能使产品购买兴趣度提升31%。

受众对纪录片广告态度（单位：%）





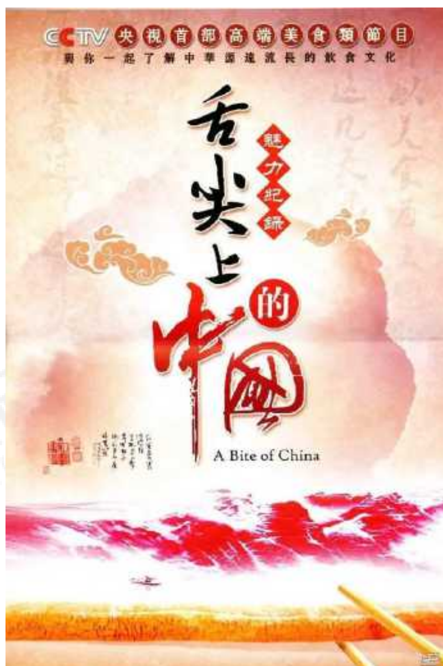
注：统计时间2017.1.1-12.31,2018.9.10-2018.9.30，n=516

资料来源：《2019纪录片内容及用户报告》

2.3.3 纪录片行业盈利模式：IP开发

“话说”系列算作我国最早的纪录片 IP，于1983年在中央电视台首播，播出后反响热烈，于是有了《话说运河》，两部纪录片都成为我国纪录片史上的经典之作。2012年，《舌尖上的中国》播出，一跃成为当时我国最成功的纪录片IP。继“舌尖”系列之后，“国宝”系列、“风味”系列、《人生一串》等热门 IP 相继涌现，对我国纪录片行业进行 IP开发和品牌运营提供了发展思路和无限的想象空间。

“舌尖系列”IP商业价值



I 第一部创造超过2亿的商业利益

II 第二部获得超过8000万的广告费

III 第三部拍出超过1亿的冠名费

资料来源：《孟婷：媒体融合生态下纪录片IP开发的再思考》

03

纪录片细分领域发展现状

3.1 电视纪录片发展现状

3.2 纪录片电影发展现状

3.3 新媒体纪录片发展现状

前瞻产业研究院 中国产业咨询领导者(股票代码839559)

3.1 电视纪录片：纪录型电视专题报道类节目，真实且纪实

电视纪录片指纪录型的电视专题报道类节目，是运用电子采录设备和手段，对政治经济文化等新闻题材，作比较系统完整的纪实报道。运用新闻镜头，客观真实的记录社会生活，客观地反映生活中的真人、真事、真情、真景，着重展现生活原生形态的完整过程，排斥虚构和扮演的新闻性电视节目形态。

电视纪录片特点

真实性

电视纪录片要求制作者在真实的基础或前提下，以真诚、科学、严谨的态度对待创作



纪实性

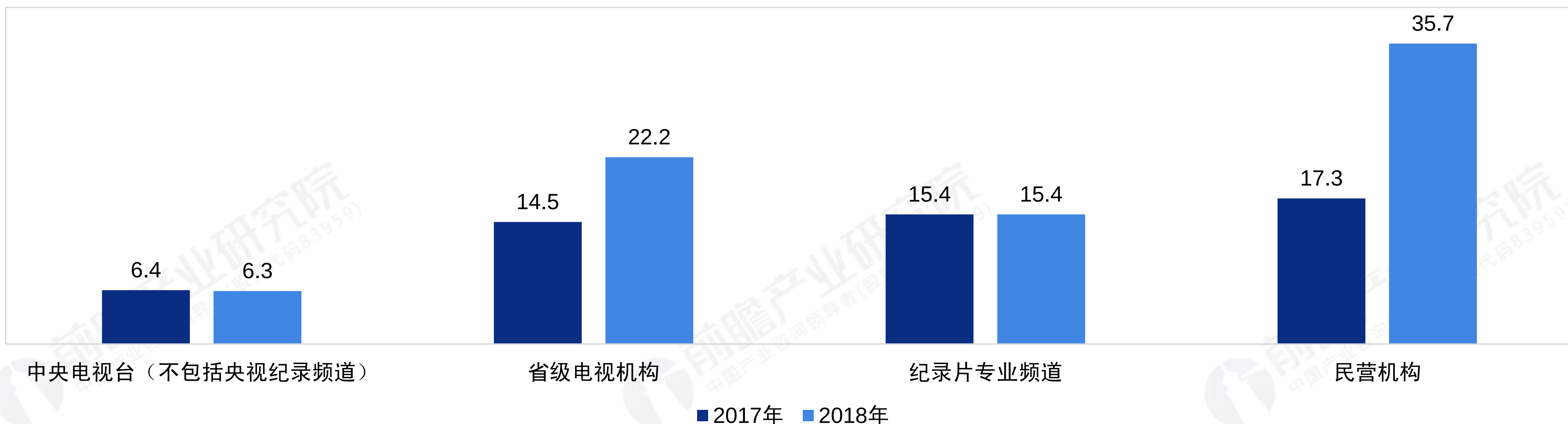
电视纪录片本质属性。是一种与真实的联系，是一种风格，一种表现手法

资料来源：百度百科

3.1.1 电视纪录片发展现状：民营机构每分钟投资额最高

2018年，我国各类机构制作的非栏目化纪录片作品每分钟投资额最高达到35.7万元，为民营机构作品，同比上升78.5%！另外，中央电视台（不包括央视纪录频道）非栏目化作品最高达每分钟6.3万元，同比持平；省级电视机构非栏目化作品最高达每分钟22.2万元，同比上升53.1%；纪录片专业频道作品最高达每分钟15.4万元。

2017-2018年中国各类机构制作的非栏目化纪录片作品每分钟投资额（单位：万元）

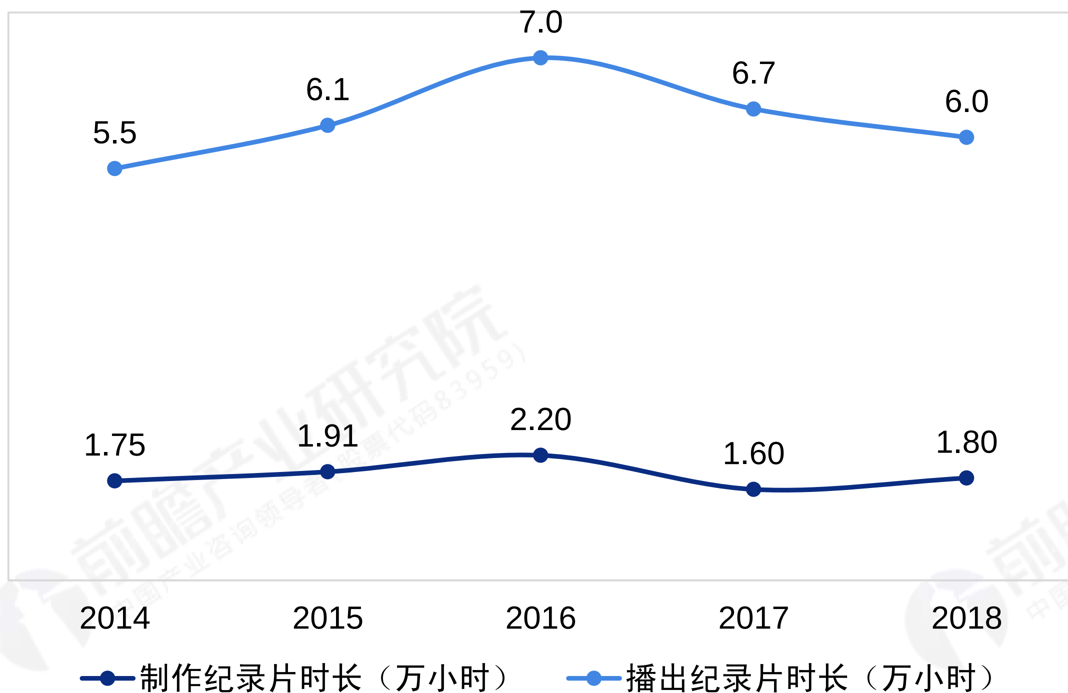


资料来源：CDRC《中国纪录片产业蓝皮书》

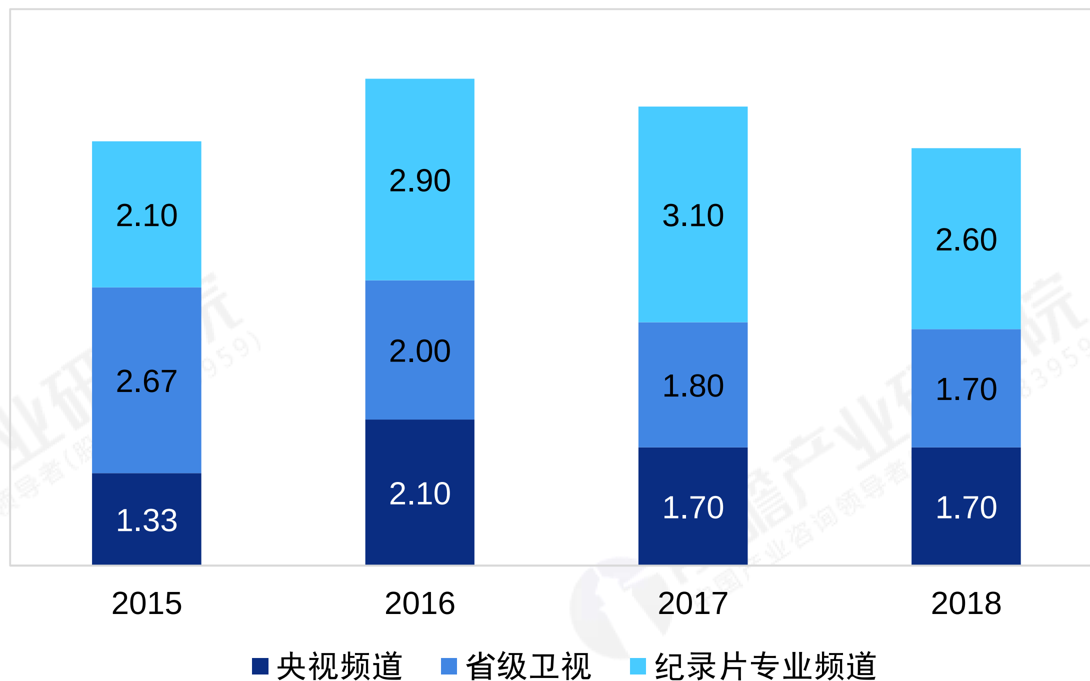
3.1.1 电视纪录片发展现状：生产集中在专业纪实频道、央视和省卫

我国电视纪录片生产主要集中在专业纪实频道、央视和省级卫视。省级卫视中较重视纪录片的有江苏卫视、北京卫视、湖南卫视等，每年维持着较为稳定的产能，约3000-5000万元的投入。2018年，我国省级以上电视机构制作纪录片时长达到1.8万小时，播出纪录片时长为6万小时，其中央视和省级卫视播出纪录片时长均为1.7万小时，纪录片专业频道为2.6万小时。

中国省级以上电视机构制作和播出纪录片时长（单位：万小时）



中国电视纪录片播出时长来源主体（单位：万小时）

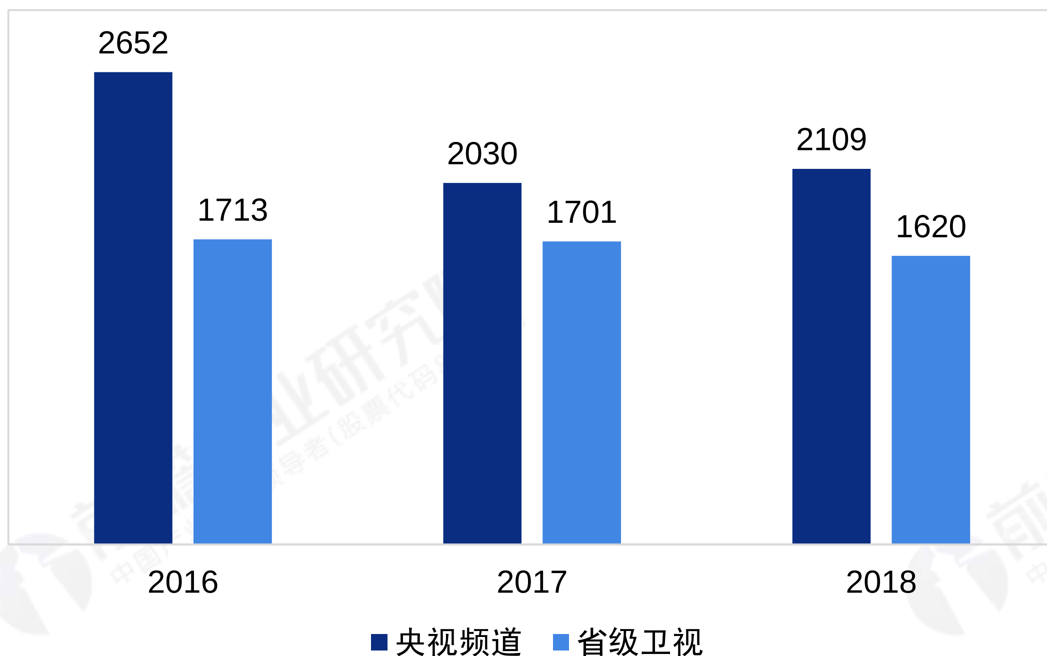


资料来源：CDRC《中国纪录片产业蓝皮书》

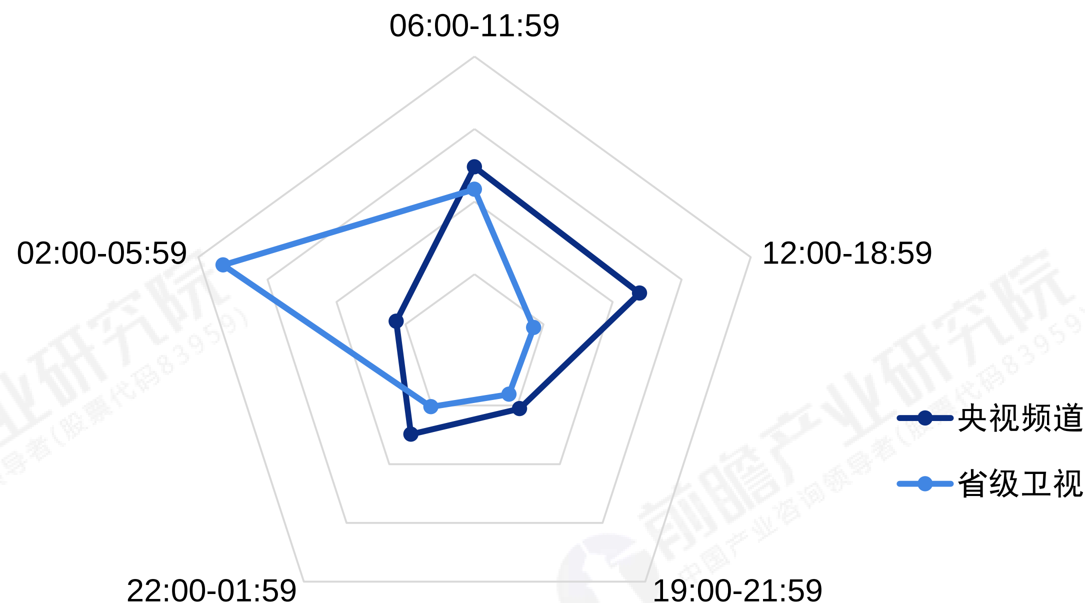
3.1.1 电视纪录片发展现状：央视播出时段以白天为主，卫视为凌晨

根据2018年国广电发布的“每个电视上星综合频道全年在19:30-22:30时段播出国产纪录片总量不得低于7小时”规定，从央视和卫视在2016-2018年的19:00-21:59 时段播出纪录片时长走势来看，各频道播出时长的变化不大。2018年，央视频道播出纪录片的高峰集中在06:00-11:59 和12:00-18:59，而省级卫视播出纪录片的高峰集中在02:00-05:59。

央视频道和卫视黄金时段纪录片播放时长（单位：小时）



2018年中国央视和卫视各时段纪录片播放时长（单位：小时）



资料来源：CDRC《中国纪录片产业蓝皮书》

3.1.1 电视纪录片发展现状：省级卫视电视纪录播出区域分布不均匀

根据地理位置将各个省级卫视进行片区划分，2018年省级卫视频道纪录片播出总量排在第一梯队的有浙江卫视、江苏卫视，播出总量在1200小时以上；排在第二梯队的有广东卫视、四川卫视、旅游卫视，播出总量皆超过800小时；大部分卫视均在第三梯队，播出总量在200-800小时；而第四梯队是未达到每天必须播出至少30分钟国产纪录片要求的卫视频道。

2017-2018年中国按地区划分省级卫视频道纪录片播出总量情况（单位：小时）

地区	频道名称	2017年	2018年	地区	频道名称	2017年	2018年	地区	频道名称	2017年	2018年
华东地区	山东卫视	335.9	343.7	西北地区	宁夏卫视	810.5	651.2	东北地区	吉林卫视	402.3	137.8
	江苏卫视	890.1	1247.1		新疆卫视	508.2	709.4		黑龙江卫视	824.8	276.6
	安徽卫视	421.9	342.7		青海卫视	505.4	450.3	华中地区	湖北卫视	452.8	452.8
	浙江卫视	1310.5	1440.2		陕西卫视	450.8	573.2		湖南卫视	708.7	369.3
	东南卫视	476.5	536.7		甘肃卫视	248.8	431.6		河南卫视	389.0	305.9
	东方卫视	611.9	440.2	西南地区	四川卫视	1165.2	858.9		江西卫视	653.7	572.2
华北地区	北京卫视	407.0	303.8		重庆卫视	465.5	666.2	华南地区	广东卫视	1081.8	955.3
	天津卫视	238.7	139.1		云南卫视	729.6	729.6		深圳卫视	565.6	565.6
	河北卫视	256.9	226.1		贵州卫视	332.2	319.9		旅游卫视	667.5	841.3
	山西卫视	226.9	261.5		西藏卫视	245.8	/		广西卫视	763.4	604.1
	内蒙古卫视	409.7	154.2	东北地区	辽宁卫视	434.8	291.5				

资料来源：CDRC《中国纪录片产业蓝皮书》

3.1.1 电视纪录片发展现状：央视纪录片收视率贡献度上升

2018年，从各节目类型对央视频道的收视贡献来看，纪录片节目的收视贡献达到10.09%，排名第五；对省级卫视频道的收视贡献来看，纪录片节目的收视贡献只有2.25%，这与纪录片在卫视频道播出的时间段有着一定的关系。

2017与2018年央视和省级卫视频道各节目类型对频道组的贡献率对比（单位：%）

2017年		2018年	
节目类型	收视贡献	节目类型	收视贡献
新闻/时事类	27.67	新闻/时事类	22.12
综艺娱乐类	20.37	电视剧类	17.47
电视剧类	13.11	综艺娱乐类	13.36
专题/教育类	10.59	体育类	11.16
电影类	9.94	纪录片类	10.09
体育类	8.58	电影类	8.26
纪录片类	6.73	专题/教育类	4.86
生活类	2.97	法治类	4.10
音乐类	1.97	生活类	3.06
法治类	1.71	青少年类	2.82

2017年		2018年	
节目类型	收视贡献	节目类型	收视贡献
电视剧类	55.88	电视剧类	46.42
综艺娱乐类	22.80	综艺娱乐类	24.27
新闻/时事类	9.87	新闻/时事类	10.98
生活类	4.23	生活类	4.70
专题/教育	4.13	电视导购	3.01
纪录片类	2.56	纪录片类	2.25
体育类	1.09	电影类	1.61
青少年类	0.83	专题/教育类	1.58
杂类	0.47	体育类	0.84
电影类	0.28	青少年类	0.55

资料来源：《中国纪录片产业蓝皮书》 尼尔森网联海量融源收视率

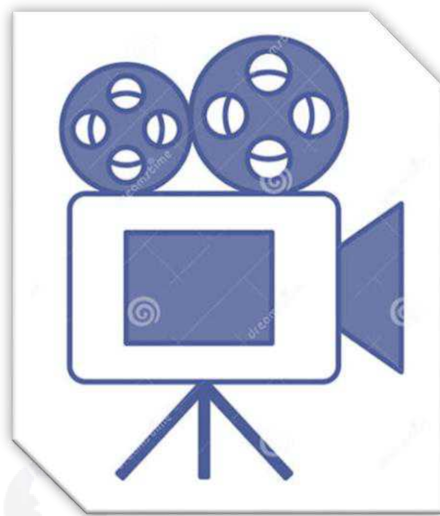
3.2 纪录电影：“非虚构影片”，对现实进行描述或重建的电影

纪录电影是指所有那些排除虚构，而对现实进行描述或重建的电影。“非虚构影片”可理解为纪录电影的同义语，所拍摄的对象必须是生活中真实存在的人物和事件，不容许虚构，运用电影手段反映生活真实。根据题材和表现方法的不同，纪录电影可分为时事报道、文献、传记、自然和地理等种类。

纪录电影特点

“非虚构影片”

排除虚构，对现实进行描述或重建的电影



真实存在

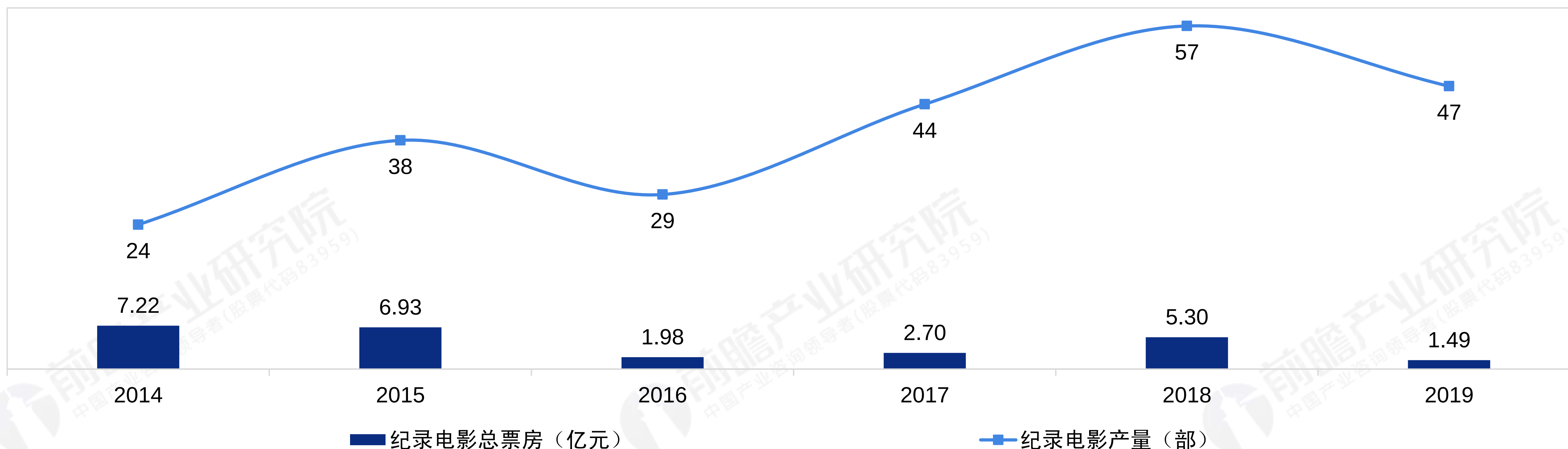
运用电影手段反映生活真实

资料来源：百度百科

3.2.1 纪录电影发展现状：2019年纪录电影缺失高票房影片

纪录电影作为纪录片产业中的重要一极，2014年出现快速增长局面，随后出现放缓但在2018年再次掀起一股小高潮。2019年，我国纪录电影缺失高票房影片，总票房创下近几年新低，仅为1.49亿元，降幅达72%。2019年，我国纪录电影生产制作合计47部。如果将北美纪录电影市场视作参照，其纪录电影市场发展已经进入稳定期，一般纪录电影票房占总票房的0.4-1.2%，那么我国纪录电影至少要在3-4亿的基本体量。

2014-2019年中国纪录电影总票房及生产制作数量（单位：亿元，部）

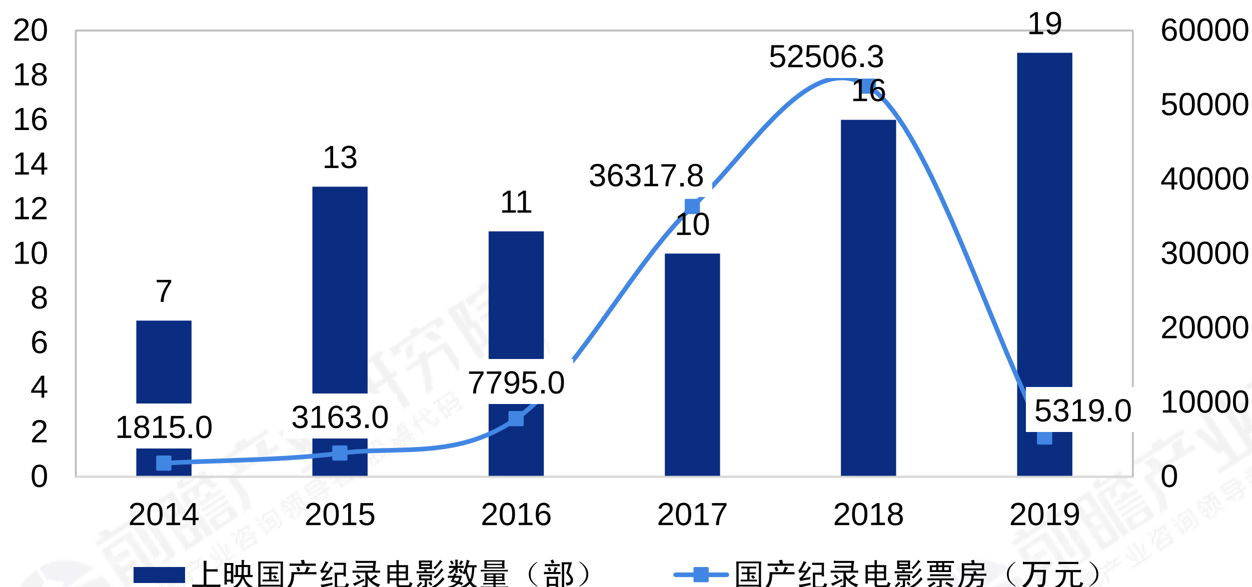


资料来源：《中国纪录片产业蓝皮书》 国家电影局 DOCO热纪录

3.2.1 纪录电影发展现状：国产纪录电影票房大幅下滑

2019年，我国共24部纪录电影获得公映许可。其中，19部上映院线的国产纪录电影票房为5319万元，远低于2018年5.25亿元的票房收益。2019年，我国国产纪录电影缺失单片票房过亿元的电影，《四个春天》是2019年唯一一部票房超过1000万元的国产纪录电影。2019年我国纪录电影票房500万元以上的国产片共5部，成梯队均匀分布在500-1200万元区间之内。

中国国产纪录电影公映数量及票房（单位：万元，部）



注：数据以自然年进行统计，每年有公映记录的纪录片未必是当年出品的新片。由于存在跨年上映和重复上映的情况，因此存在同一部电影重复计入不同年度数据的情况

中国国产纪录电影票房TOP5对比（单位：万元）

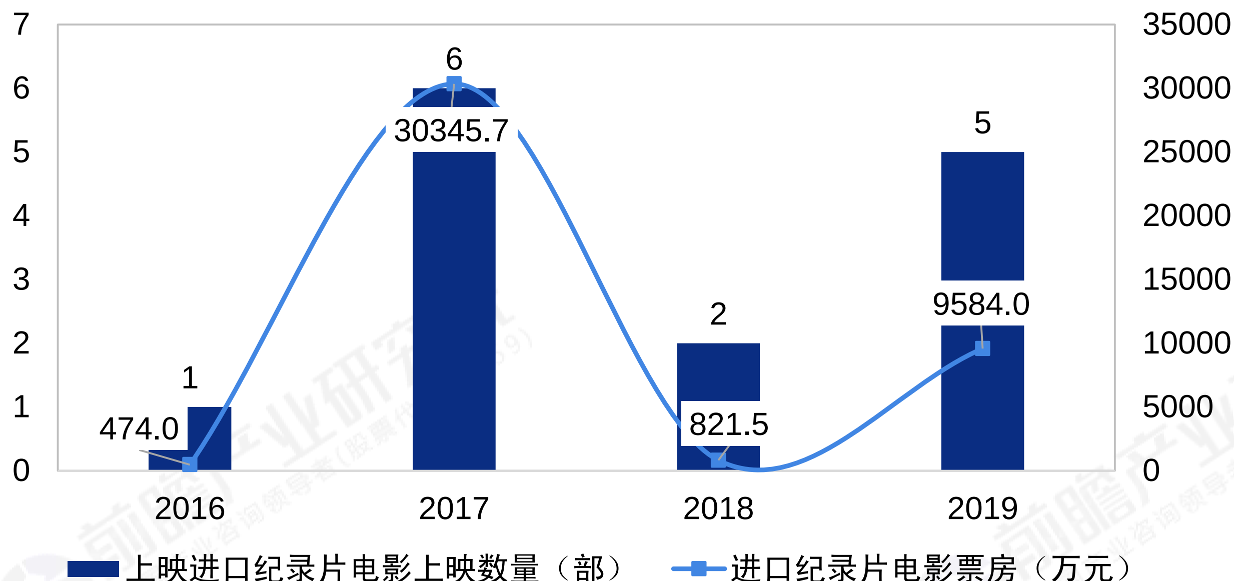
2019年	票房（万元）	2018年	票房（万元）
《四个春天》	1147.0	《厉害了，我的国》	48056.3
《变化中的中国·生活因你而火热》	936.2	《藏北秘岭：重返无人区》	2057.6
《燃点》	864.2	《出山记》	588.7
《港珠澳大桥》	755.2	《您一定不要错过》	527.8
《零零后》	514.1	《生活万岁》	490.7

资料来源：《中国纪录片产业蓝皮书》 国家电影局电影票房信息系统

3.2.1 纪录电影发展现状：进口纪录电影表现优异

2019年，我国纪录电影进口片上映5部，票房达到9584万元。第一名为中国台湾的《五月天人生无限公司》，一部全程记录式的演唱会电影，作为定位精准的音乐人IP衍生产品，其票房达到5022万元；而第二名是《徒手攀岩》，在奥斯卡最佳纪录长片奖项的加持下，其票房达到3641万元。对比2018年我国进口纪录电影来看，2019年我国进口纪录电影表现较好。

中国进口纪录电影公映数量及票房（单位：万元，部）



中国进口纪录电影票房TOP5对比（单位：万元）

2019年	票房（万元）	2018年	票房（万元）
《五月天人生无限公司》	5022.0	《帝企鹅日记2：召唤》（法国）	539.5
《徒手攀岩》	3641.0	《爱猫之城》（土耳其、美国、德国）	282
《坂本龙一：终曲》	502.2		
《他们已不再变老》	376.4		
《卡斯拉：为爱而声》	334.2		

注：数据以自然年进行统计，每年有公映记录的纪录片未必是当年出品的新片。由于存在跨年上映和重复上映的情况，因此存在同一部电影重复计入不同年度数据的情况

资料来源：《中国纪录片产业蓝皮书》 国家电影局电影票房信息系统

3.2.1 纪录电影发展现状：中端产品正在良性生长阶段

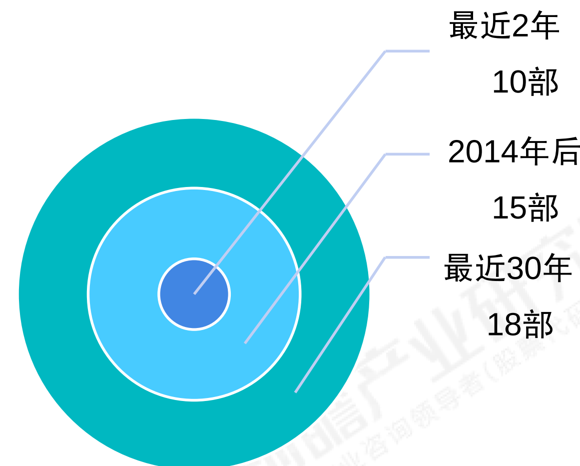
FORWARD前瞻
中国产业咨询第一股 股票代码:839599

据统计，近30年来我国纪录电影票房在300-1000万元区间的纪录电影合计有18部（含进口纪录电影），其中15部是2014年后上映的作品，10部是最近两年上映的作品。近两年，我国纪录电影票房在300-1000万元区间的纪录片在明显增长，说明我国纪录电影市场中端产品正在良性生长阶段，为我国纪录电影市场勃兴埋下铺垫。



中国纪录电影市场中端产品出品情况（单位：万元，%）





资料来源：《2019年中国纪录片产业观察》

3.3 新媒体纪录片：以新媒体为主要传播平台和途径的纪录片

新媒体纪录片是指以新媒体为主要传播平台和途径的纪录片，具体包括视频网站自制纪录片、商业定制纪录片和用户自制（UGC）纪录片。新媒体相对于传统媒体而言，主要指运用数字、网络等技术，通过互联网、无线通信网、卫星等渠道以电脑、手机、数字电视等终端，向用户提供信息和服务的媒介形态。新媒体纪录片不仅是传播媒介的变化，更是创作内容、受众、技术的全面革新。

新媒体纪录片特点

双向互动的精准化传播

用户根据个人喜好可以进行节目订阅，视频平台根据大数据分析也将用户可能感兴趣内容进行个性化的主页推送



网站纪录片内容差异化导向

新媒体平台除了购买国际热门精品制作的纪录片外，还依托各自不同的特点和品牌定位进行差异化纪录片内容的制作

资料来源：《张楚炀：新媒体纪录片的发展现状和趋势》

3.3.1 新媒体纪录片发展现状：三大平台产能创新高

2019年，我国新媒体平台的纪录片产能创了新高：优酷全年播出700小时纪录片，其中原创纪录片260个小时，占比35%；腾讯视频自制纪录片23部，约占全年新上线项目的1/3，其中主控生产15部，联合出品8部；哔哩哔哩投资金额过亿元，出品并上线纪录片16部，合计55.6小时。

2018年中国新媒体平台自制及参与出品纪录片情况

平台	片名	累计播放量	联合出品方
优酷	《了不起的匠人》第三季	1.1亿	知了青年
	《三日为期》	3498万	知了青年
	《这！就是舞者》	1.8亿	灿星制作
	《灌篮吧！兄弟》	1.3亿	日月星光
腾讯	《王朝》	8249万（2期）	BBC Studios
	《风味人间》	4.0亿（4期）	稻来传媒
	《风味实验室》	1.0亿（20期）	稻来传媒
	《生命里》	1981万	云集将来
	《纪实72小时》（中国版）	2.0亿	稻来传媒/NHK
	《了不起的村落2・寻色之旅》	5411万	知了青年
哔哩哔哩	《神奇的月球》	38.1万	BBC
	《人生一串》	4427.7万	旗帜传媒
	《历史那些事》	587.8万（6期）	无奇不有影视

2019年中国新媒体平台自制及参与出品纪录片情况



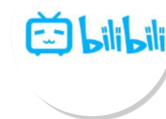
播出纪录片700小时

原创纪录片260个小时，占比超35%



自制纪录片23部

主控生产15部，联合出品8部



纪录片投资金额过亿元

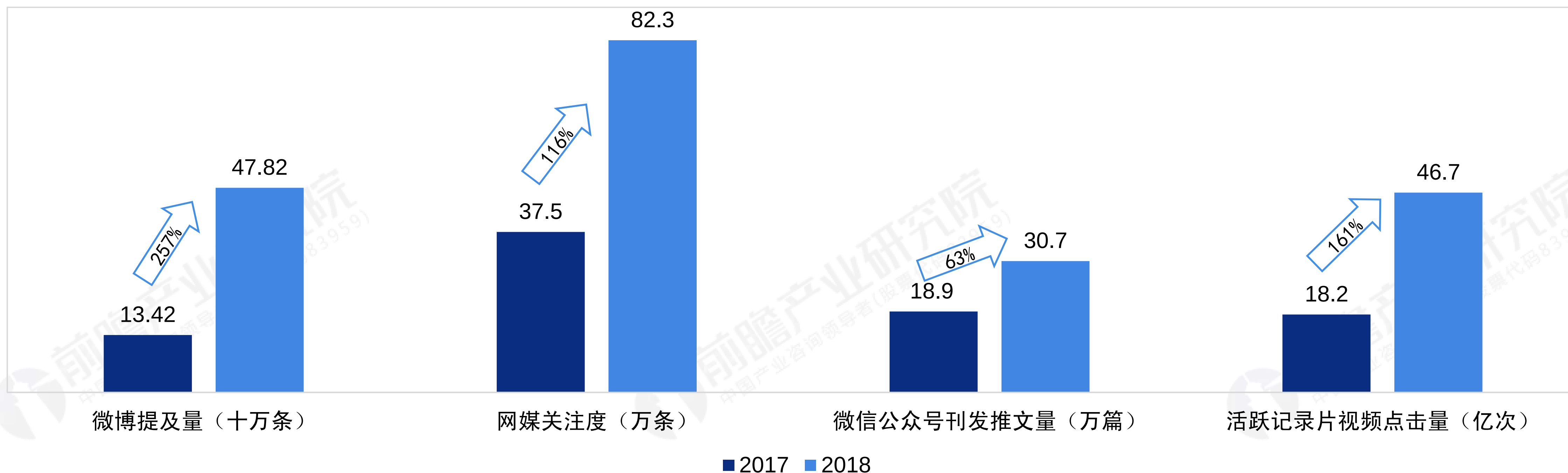
出品并上线纪录片16部，合计55.6小时

资料来源：数娱梦工厂 《2019年中国纪录片产业观察》

3.3.1 新媒体纪录片发展现状：纪录片社交媒体提及量大幅上升

随着新媒体对纪录片产业的全面影响，相关数据呈现明显增长。2018年我国全网纪录片网媒关注总量、微博提及总量、视频点击总量及微信公众号刊发总量与2017年相比均有大幅提升：微博提及量增幅高达257%， 活跃纪录片视频点击量、网媒关注度增幅均在100%以上，微信公众号刊发量的增幅达到63%。

2017-2018年中国全网纪录片网媒关注度、微博提及量、视频点击量、微信刊发量情况（单位：万条，亿次，万篇）

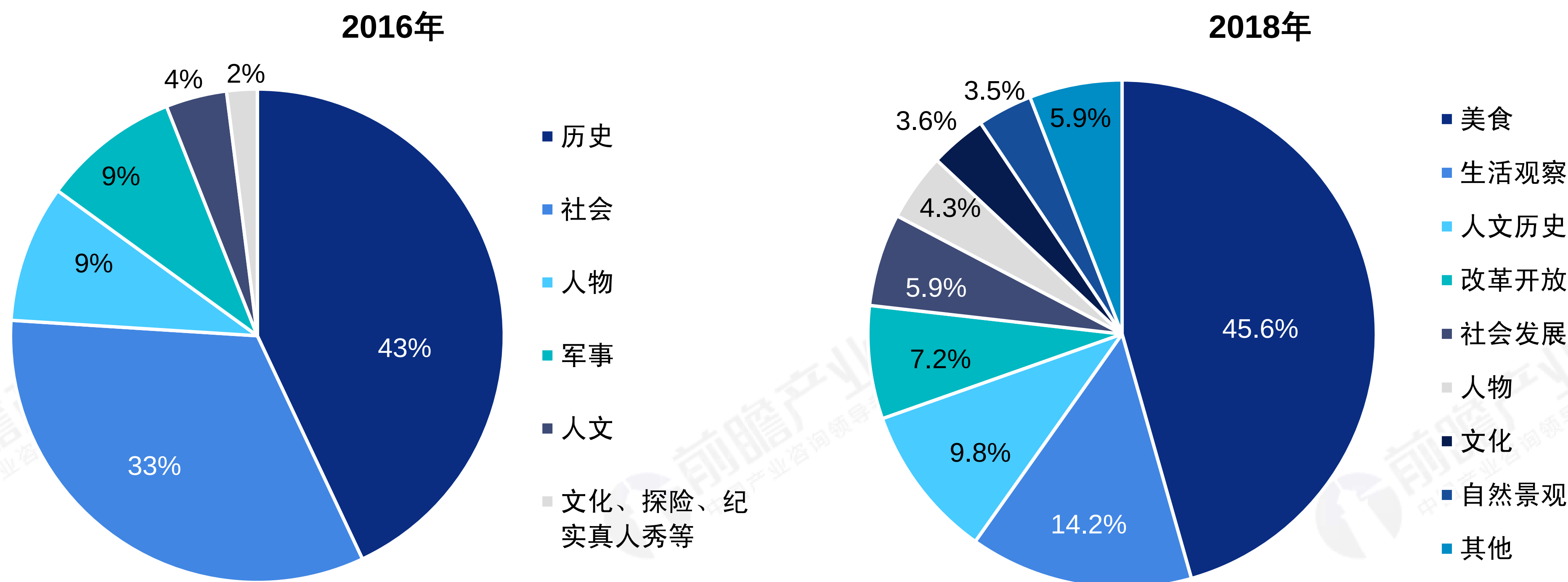


资料来源：《2018年中国纪录片产业发展报告》

3.3.1 新媒体纪录片发展现状：主题主线和美食节目持续霸屏

近年来，我国纪录片产量最高的主要有两类：一是迎合国家主题主线宣传需求的作品，二是迎合市场需求的美食纪录片。从《舌尖上的中国》开始，美食纪录片在我国持续风靡，2019年依然呈高密度霸屏状态。据不完全统计，2019年我国至少上线18部美食纪录片，这类题材更容易吸引互联网用户。

2016与2018年受网民欢迎纪录片不同类型对比（单位：%）



资料来源：《中国纪录片产业蓝皮书》

04

纪录片代表性投资方运营分析

4.1 代表性电视台纪录片运营分析

4.2 代表性民营公司纪录片运营分析

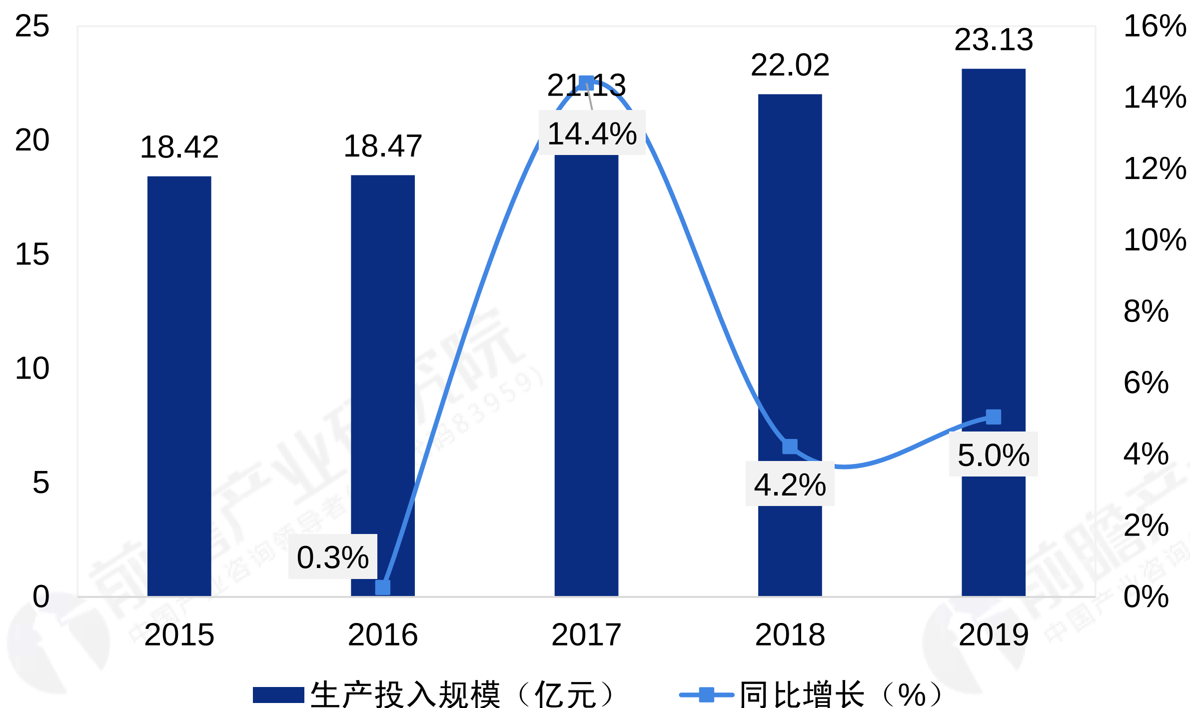
4.3 代表性新媒体平台纪录片运营分析

前瞻产业研究院 中国产业咨询领导者(股票代码839559)

FORWARD前瞻
中国产业咨询第一股 股票代码:839599

2019年，电视台的生产总投入为23.13亿元，同比基本持平。自2016年1月1日，湖南金鹰纪实卫视正式开播，我国形成了以中央电视台纪录频道、上海纪实频道、北京纪实频道和湖南金鹰纪实频道四家卫星频道的电视台纪录片新格局。

2015-2019年中国电视台纪录片生产投入规模（单位：亿元，%）



中国电视台纪录频道竞争格局



资料来源：《中国纪录片产业蓝皮书》

4.1.1 中央电视台纪录频道：具有标志性意义的里程碑

2011年1月1日，中央电视台纪录频道（CCTV-9）开播，为第一个全国播出的国家级纪录片频道，是我国电视纪录片发展历程上一个具有标志性意义的里程碑。在生产模式上，形成了以频道自制为基础，以联合制作和社会委托制作为主，以国际合作为补充的片源组织形式。2013年，由中央电视台纪录频道发起的中国纪录片制作、播出联盟相继成立。

中央电视台纪录频道制作模式



中央电视台纪录频道运营机制



资料来源：《中国纪录片产业蓝皮书》

4.1.1 中央电视台纪录频道：创新改版，注重融合传播

2019年10月21日，央视纪录频道迎来改版创新播出，打造“长、中、短、微”不同纪录片形态，注重融合传播，进一步提升央视纪录频道的传播力和影响力。数据显示，改版后央视纪录频道收视份额整体大幅提升。2019年11月20日，“央视频”App正式上线，实现资源的打通互联。凭借强大的产业优势和体制创新优势，央视纪录频道不断向全媒体和全产业链方向发展。

2019年央视纪录频道改版后市场情况（单位：%）



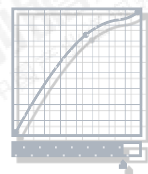
改版开播首日收视率

较前一周同期上升48%



改版首周全天平均收视

环比上升9.2%



新改版9大首播时段收视

较改版前最高增幅达62.3%

央视纪录频道代表纪录片











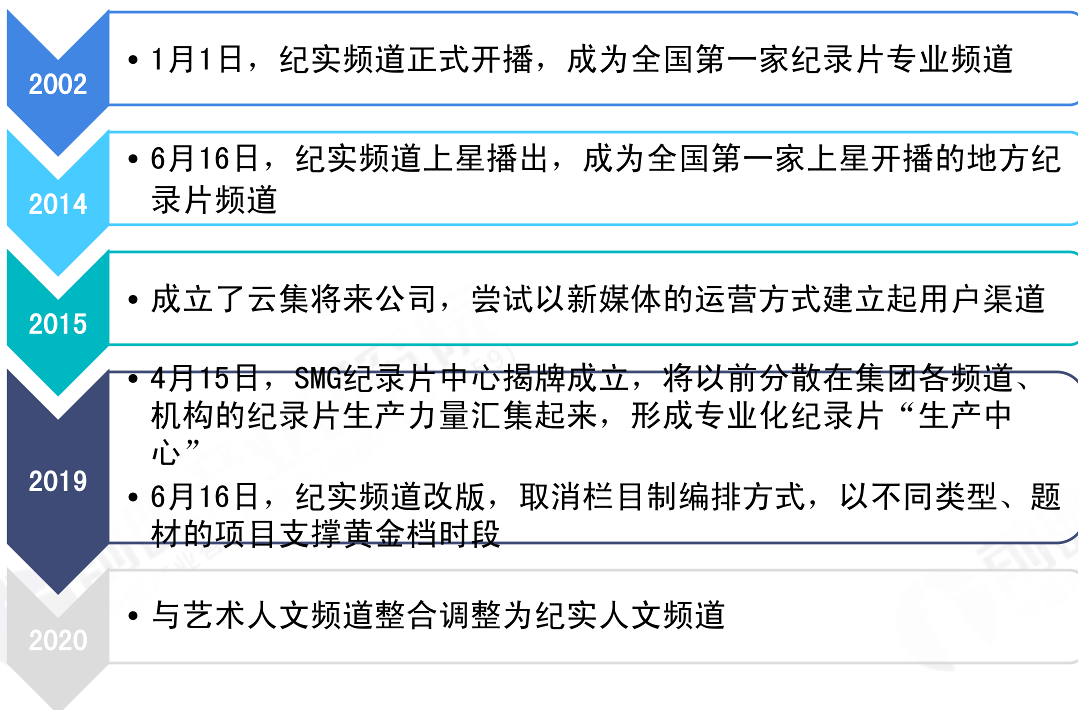


资料来源：《中国纪录片产业蓝皮书》

4.1.2 上海纪实频道：数次创新变革，打造经典品牌栏目

上海纪实频道是我国第一家纪录片专业电视频道， 于2002年1月1日正式开播，发展至今将近20年的历史，经历了数次创新改革，形成了从全国平台、宣传高地，逐渐过渡到精品制作、综合体系优势的展现。纪实频道打造了《纪录片编辑室》《档案》《往事》《大师》等经典品牌栏目，节目形式反映历史、人文、地理、自然、社会题材。

上海纪实频道发展历程



上海纪实频道代表纪录片



全国第一个纪录片栏目



全国纪录片栏目的销售冠军



开启了高端文化纪录片的里程碑之作



单集节目网络播放量最高超3500万次

资料来源：上海纪实频道公众号

4.1.2 上海纪实频道：改版升级，走在创新发展的前列

2015年，上海纪实成立了云集将来公司，尝试以新媒体的运营方式建立起用户渠道。2019年6月16日纪实频道改版播出，创新黄金时段内容，改版开播一周收视率上升15%，截至2019年7月，我国3家纪实频道纪录片收视前69位中有65部来自上海纪实频道。在互联网和新媒体背景之下，上海纪实走在创新发展的前列，持续为我国专业纪录片频道的发展提供参考蓝本。

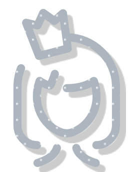
2019年上海纪实频道改版后市场情况（单位：%）





改版开播第一周收视率

上升15%



女性观众收视率

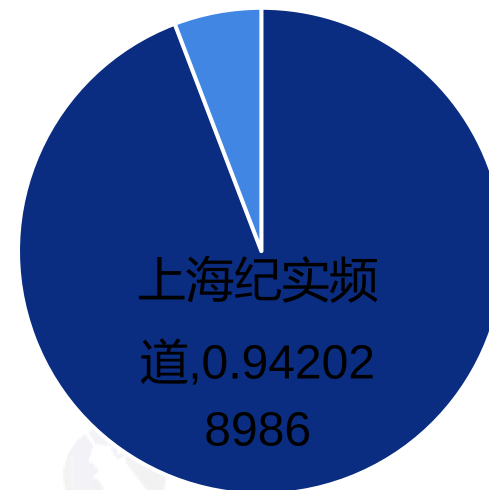
上升40%



15-24岁观众收视率

上升150%

2019年7月中国3家纪实频道纪录片收视前69位上海纪实频道占比情况

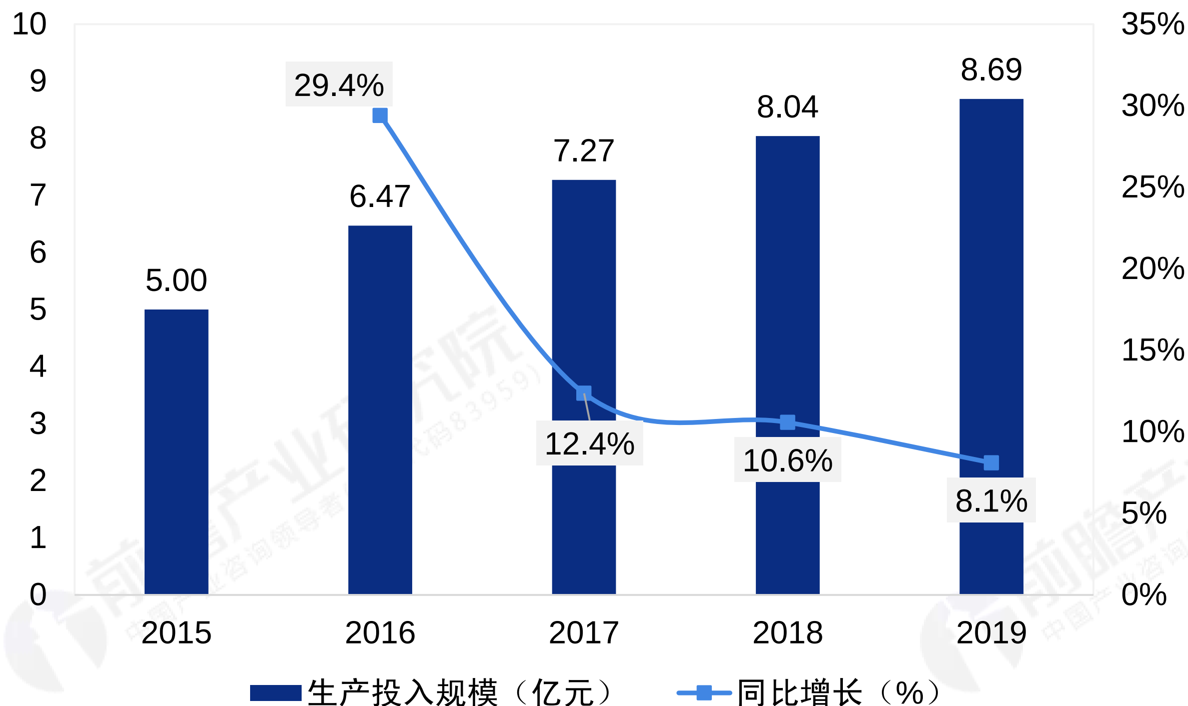


资料来源：上海纪实频道公众号 广电总局节目收视综合评价大数据系统

FORWARD前瞻
中国产业咨询第一股 股票代码:839599

2019年，我国民营企业纪录片生产总投入为8.69亿元，同比增长8.1%。据统计，我国有200多家民营企业以公司或工作室的组织形式制作运营纪录片业务，但仅有少数几家机构运营情况良好，产品营业额能达到千万规模。目前，我国民营机构主要以纪录片承制为主营业务，在央视或各省级卫视、纪录片频道作为主打节目推出。

2015-2019年中国民营公司纪录片生产投入规模（单位：亿元，%）



中国纪录片相关民营公司竞争格局

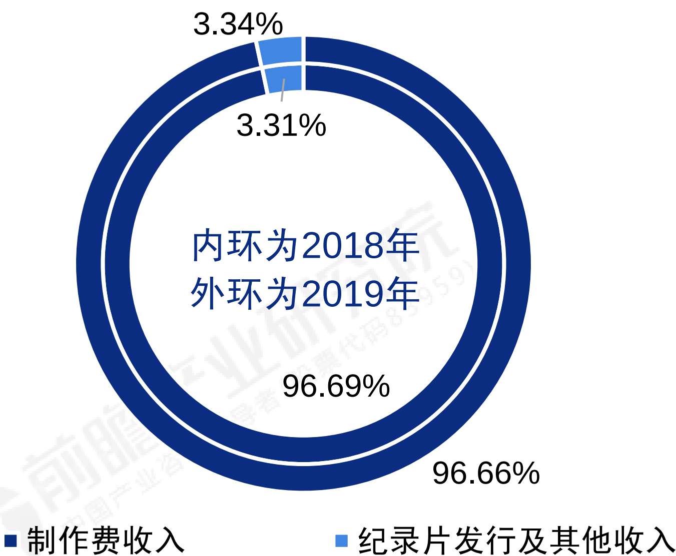


资料来源：《中国纪录片产业蓝皮书》《杜艳琴：中国纪录片市场环境与产业前景分析》

4.2.1 三多堂：中国纪录片第一股

公司自1998年成立以来，不断探索纪录片精品策略和市场化运营模式。2014年，三多堂在新三板挂牌上市，被誉为“中国纪录片第一股”。公司主要从事系列纪录片、企业品牌宣传片及广告片、纪实类栏目片等非虚构类影视节目的制作与发行、纪录片IP孵化及著作权许可等衍生业务。纪录片播出平台主要以央视、各大省级卫视为主，主要发行合作方为良友（北京）文化传媒有限公司。

三多堂营业收入结构（单位：%）



三多堂代表纪录片制作和盈利模式分析

纪录片	制作模式	盈利模式
《公司的力量》	与中央电视台联合投资制作	①. 制作费 ②. 推广：联合摄制署名、贴片广告 ③. 发行：电视台发行权、网络播映权、海外播映权 ④. 延伸产品：DVD、同名图书
《晋商》	与山西省委宣传部、山西电影制片厂共同投资摄制	①. 制作费 ②. 发行：海外发行权、电视台播映权 ③. 延伸产品：DVD、同名图书
《大国崛起》	分集承制	①. 制作费 ②. 发行：海外发行权 ③. 延伸产品：DVD、同名图书

资料来源：公司年报 《中国纪录片产业蓝皮书》

4.2.2 稻来传媒：从作品到IP、从美食到世界、从小众到商业

FORWARD前瞻
中国产业咨询第一股 股票代码:839599

公司成立于2017年，由《舌尖上的中国》总导演陈晓卿创办。2018年， 稻来与腾讯视频合作推出“风味”系列，再次收获高口碑和点击量。稻来传媒从单一作品展示向持续IP输出迈进，在拍摄手法上将视角缩小到“分子级”，为受众带来丰富的内容体验和全新的视觉感受。未来，稻来团队计划向自然类纪录片进军，逐步形成多类型纪录片的传播矩阵。

稻来传媒“风味”系列纪录片



风味人间 第二季 (2020)



导演: 陈晓卿 / 李勇
主演: 李立宏
类型: 纪录片
制片国家/地区: 中国大陆
语言: 汉语普通话
首播: 2020-04-26(中国大陆)
季数: 2
集数: 8
单集片长: 50分钟
又名: 风味人间2 / Once Upon a Bite 2

豆瓣评分
9.2
38296人评价

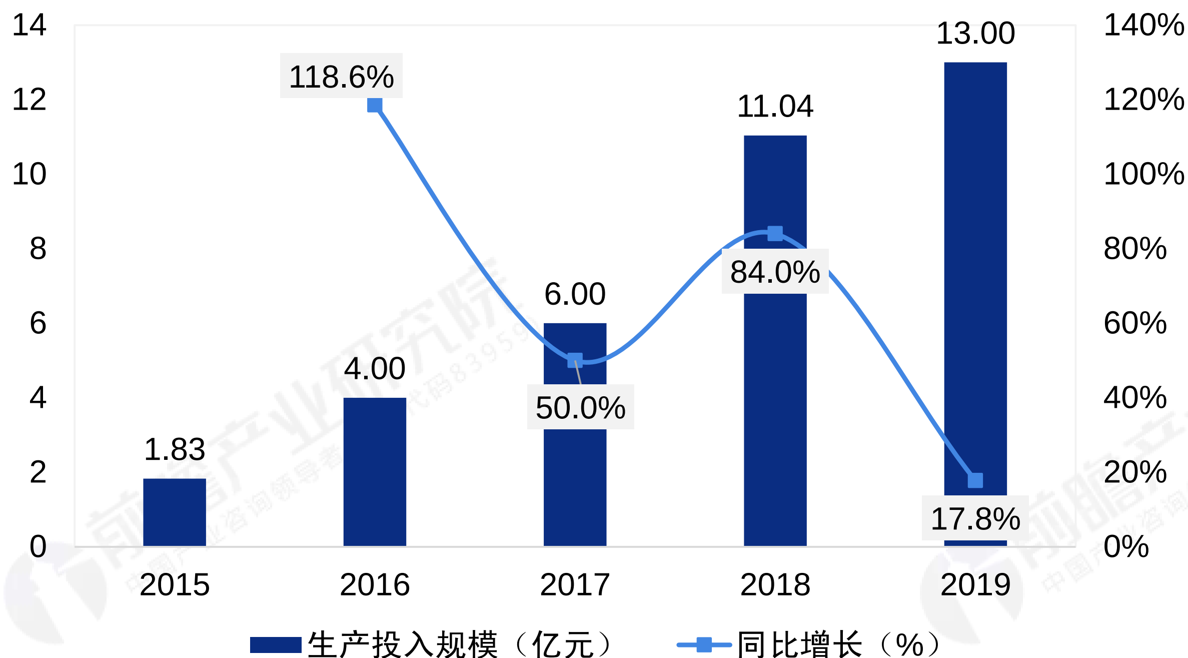
5星	65.6%
4星	27.6%
3星	6.2%
2星	0.4%
1星	0.1%

资料来源：《喜力：陈晓卿和他的稻来，如何制造《风味人间》？》 豆瓣

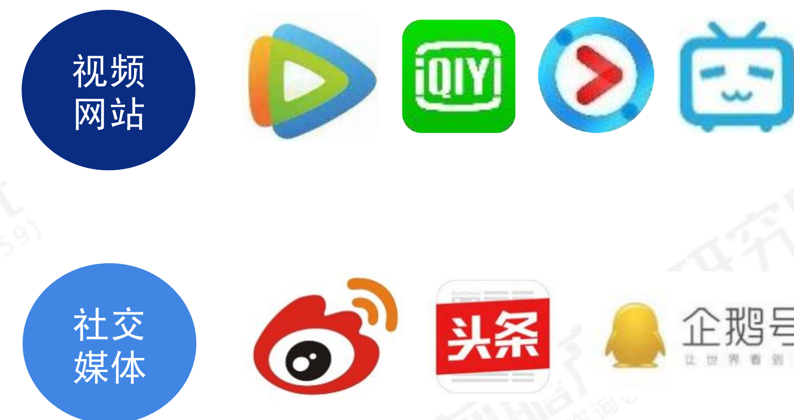
4.3 代表性新媒体平台纪录片运营分析

2019年，我国新媒体平台纪录片生产总投入为13亿元，同比增长17.8%。随着国内媒体融合向制度与文化层面深入推进，纪录片播放平台得以拓展，爱奇艺、优酷、腾讯三大视频平台，以及新崛起的哔哩哔哩都对优质头部纪录片内容趋之若鹜。平台从简单的版权购买，开始转向精品内容创投，逐步丰富着与片方的合作方式，形成了版权购买引进、会员分成（和制作方分成）、联合制作（共同出资）、自制等多模式并行的合作架构。

2015-2019年中国新媒体平台纪录片生产投入规模（单位：亿元，%）



中国纪录片相关新媒体平台竞争格局



资料来源：百度百科

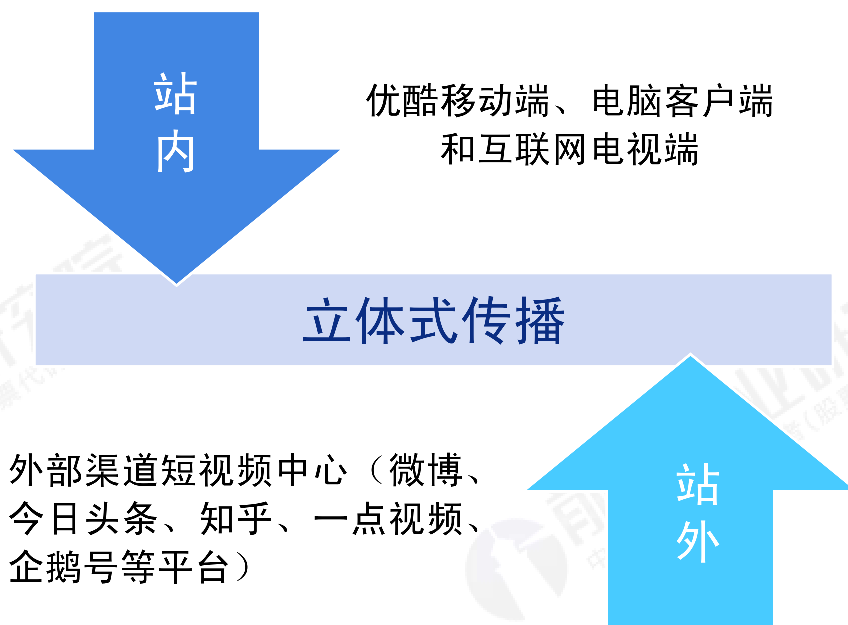
4.3.1 优酷：内容生产、传播以及营销上开拓特有的产业化道路

2018年5月, 优酷成立了泛纪实中心，运营品类包括文化节目、纪录片和纪实综艺三部分，以纪实为核心，拓展其概念外延。在生产制作模式上，优酷选择了外向型内容生产模式；在传播策略上，优酷泛纪实内容采用“站内+ 站外”的立体式传播路径。优酷纪录片在内容生产、传播及营销上开拓的特有产业化道路，为我国纪录片产业健康、持续发展提供参考。

优酷泛纪实内容制作模式



优酷泛纪实内容传播模式



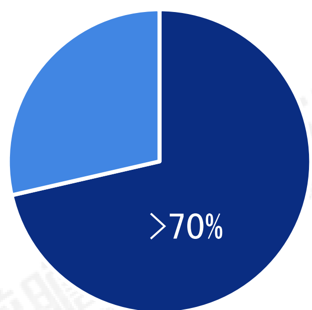
资料来源：《中国纪录片产业蓝皮书》

4.3.1 优酷：广电总局年度国产纪录片优秀播出机构

2020年1月，优酷因在题材内容上守正创新，作为互联网平台首度获得国家广播电视总局年度国产纪录片优秀播出机构。数据显示，2019年，优酷纪录片总播放量超700小时，其中国产纪录片播放量近500小时，占比超70%；原创纪录片播放量近260小时，占比超35%。2019年豆瓣8分以上的纪录片一共有31部，优酷播出的纪录片占据12席，位居新媒体平台第一。

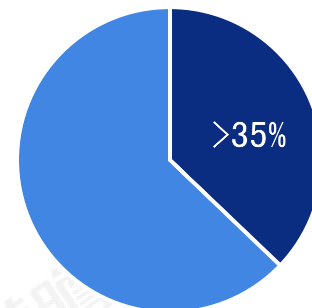
2019年优酷纪录片市场（单位：%）

优酷纪录片播放量按国产纪录片情况



优酷播出的纪录片	豆瓣评分
《被点亮的星球（中国版）》	9.6
《城门几丈高》	9.3
《他乡的童年》	9.1
《一百年很长吗》	8.9
《对白·让我们和更好的你聊聊》	8.8
《海昏侯》	8.7
《大地私宴》	8.6
《本草中华（第二季）》	8.3
《航拍中国（第二季）》	8.3
《稻米之路》	8.1
《可以跟你回家吗》	8.0
《了不起的匠人2019》	8.0

优酷纪录片播放量按原创纪录片情况

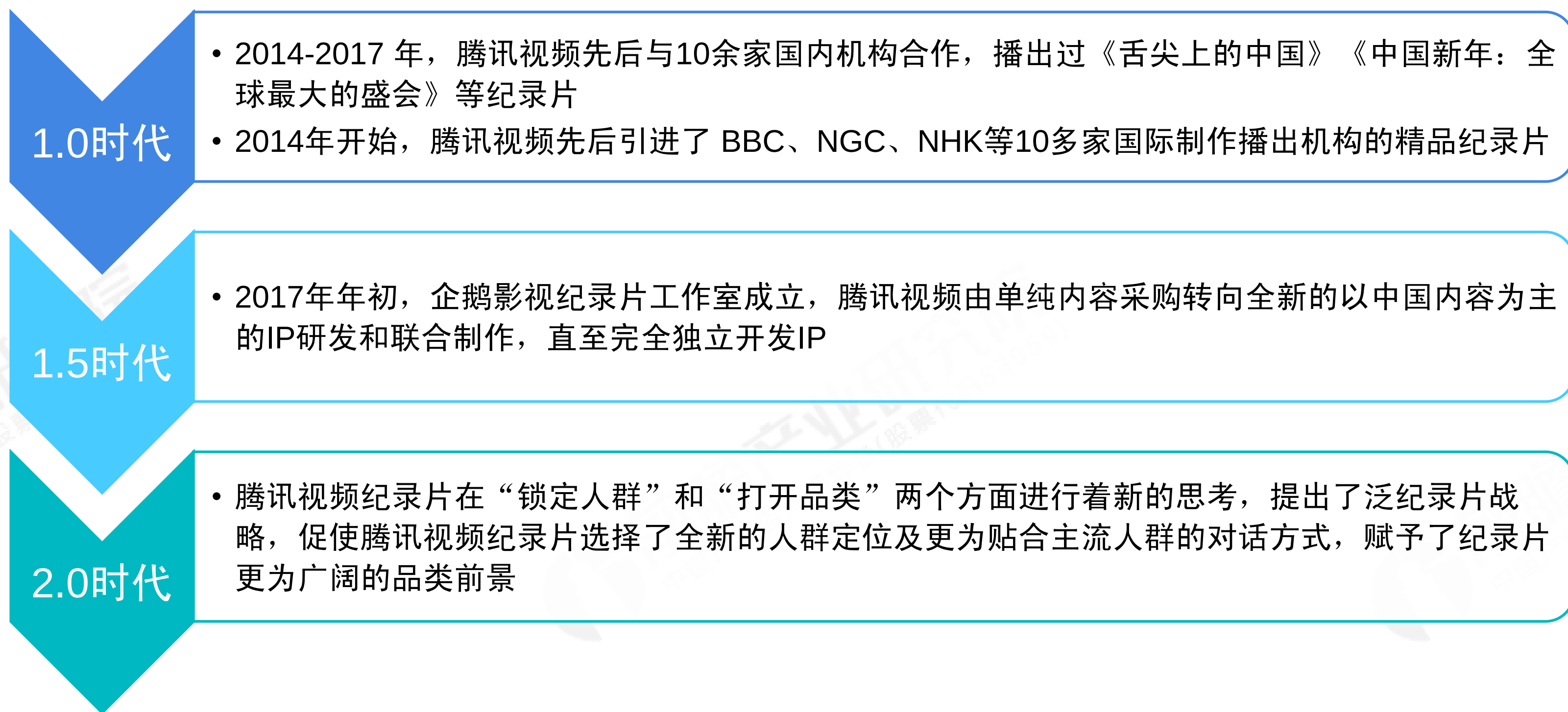


资料来源：广电视界

4.3.2 腾讯视频：行业领先的制播一体网生纪录片平台

目前，腾讯形成了一套从用户、品类、行业三大角度出发的“泛纪录片战略”，从购买版权到联合出品，再到全产业链自制，腾讯视频纪录片频道已打造成为了行业领先的制播一体网生纪录片平台。2018年，腾讯视频纪录片推出了“胖滚计划”，以此为轴心，推进自身与国内外纪录片生产者和厂牌的深度合作，提高了纪录片的市场空间和商业可能性。

腾讯视频纪录片发展历程



资料来源：《中国纪录片产业蓝皮书》

4.3.2 腾讯视频：IP自制、题材创新及国际化传播

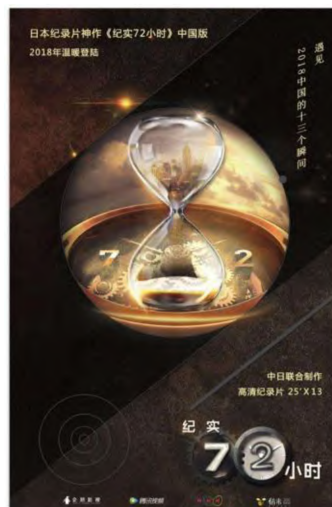
FORWARD前瞻
中国产业咨询第一股 股票代码:839599

IP自制、题材创新及国际化传播的理念，是腾讯视频纪录片频道打出的一套旨在生产高价值内容的组合拳。2017年，腾讯视频与央视纪录频道、BBC联手合作推出了《蓝色星球2》、《王朝》等佳作；在IP自制上，腾讯打造出了“风味”系列IP，并发行至Netflix，为我国纪录片的未来发展打造了一个开放、国际化的平台。

腾讯视频代表纪录片制作模式和流量分析



腾讯视频、央视纪录频道、BBC 联合出品
豆瓣评分 9.9
点击量 2.1亿次



国际成熟IP本土化
点击量 破亿次



自助研发美食IP
豆瓣评分 9.0
点击量 10.0亿次

资料来源：《中国纪录片产业蓝皮书》

05 纪录片行业发展趋势

5.1 纪录片行业发展痛点
5.2 纪录片行业发展趋势

5.1 纪录片行业发展痛点：类型单一、市场化不足、人才缺失

近10年来，我国纪录片市场规模虽然出现大幅度增长，但是以定制市场、委托制作市场为主的格局并没有发生变化，通过节目交易（包括版权和播映权销售、观众付费观看）和广告销售达到盈利的纪录片不多。在纪录片类型和内容上，我国纪录片类型依然相对单一，贴近受众需求的纪录片仍然缺失。

中国纪录片行业发展痛点分析

01 用户需求思维不足

市场中进行交易的实际上不是内容，而是制作机构的影像服务，生产背离传播终端市场，与观众需求脱节，生产相对封闭，难以形成广泛的影响力

02 纪录片类型相对单一

从功能上看，宣教纪录片和商业纪录片多，审美纪录片少；从题材上看，政论、文化类纪录片多，社会现实类偏少；从制作模式看，媒介平台和商业机构制作的纪录片居多，独立纪录片少

03 盈利能力缺动力

目前我国纪录片行业尚未能真正打造出“生产—销售—再生产”的良性循环，主要政府和企业的定制纪录片支撑，盈利能力缺乏增长引擎，商业路径仍待摸索

04 IP开发成难题

2019年我国纪录片市场上没有出现新的IP亮点。虽然注重IP开发已成为行业共识，但如何既保留IP基因又避免观众产生审美疲劳，面临着较大的开发难点

05 专业人才匮乏

互联网视频平台主要依靠传统电视媒体输送纪录片人才，大批电视纪录片精英集体转身投奔新媒体。人才加速流动折射出纪录片人才匮乏的现实

资料来源：《2019年中国纪录片产业观察》

5.2 纪录片行业发展趋势：内容年轻化、技术精细化、盈利多元化

我国纪录片产业的发展需要产业链不断完善和升级，目前转向质量提升的阶段，通过整合进行创新，通过创新创造价值。在融媒体时代，单一渠道的绝对优势逐渐消失，内容为王的时代将要到来。未来，我国纪录片行业将在内容形式上、制作技术上、观看渠道上更加年轻化、精细化、多元化，助力我国纪录片行业走向世界。

中国纪录片行业发展趋势分析

创作内容年轻化	制作技术精细化	传播渠道国际化	制作时长精简化	盈利模式多元化
纪录片在新媒体上受到年轻人热烈欢迎，在创作上都呈现出人本取向、观照个体的特质。以年轻用户为主的弹幕视频网站，创新了纪录片的观看和沟通场景，增强了年轻用户与纪录片的黏性关系，纪录片创作内容“年轻化”特点愈发凸显	随着5G、Cloud、VR、AR、AI、4K等最新技术在纪录片作品中的不断运用，将对纪录片影像语言的叙事表现力、影像生成方式和表现内容、结构方式和叙事创新、传播与接受等方面的积极推动作用，让我国纪录片在制作品质和观看体验上更佳	在国际传播方面的价值和影响力日益凸显，国际传播需求转化为现实的市场需求，成为中国纪录片发展的重要驱动力。与国际联合制作内容将继续增加，积极调整对外传播语态及策略，用纪录片讲好中国故事	小而美、轻量化、符合碎片化传播的纪录片出现，更符合年轻用户观看习惯，助力纪录片受众年龄的下沉。短纪录片更能够契合当下网民的内容消费习惯。在当下短视频行业发展迅猛的背景下，短纪录片或将成为趋势	传统纪录片的主要盈利渠道有二，一是广告收入，二是版权销售。但“风味”系列的成功也引起了行业对IP价值的重新审视。以IP为核心打造“全场景深度消费内容”模式，延伸纪录片内容IP价值将成为行业探索的重点

资料来源：《2019年中国纪录片产业观察》

前瞻产业研究院
中国产业咨询领导者(股票:839599)

投资/决策　你需要前瞻的眼光！

中国产业咨询领导者


产业研究
持续聚焦细分产业研究22年


产业规划
复合型专业团队
1300余项目案例


园区规划
首创「招商前置规划法」
+ 独有「园区招商大数据」


产业地产
全产业链一站式服务
精准产业资源导入


特色小镇
领先申报经验
90+小镇项目案例


田园综合体
规划+申报+融资+运营一体服务

- 政府产业规划资深智库
- 企业产业投资专业顾问



扫码获取更多免费报告

前瞻经济学人
FORWARD-THE ECONOMIST

看懂未来新十年！

全球产业分析与行业深度问答聚合平台


10000+
行业报告 免费下载


100000+
资讯干货 一手掌控


1000000+
行业数据 精准把握


500+
资深研究员 有问必答


10000+
全球产业研究 全面覆盖


365+
每日产经动态 实时更新

- 解读全球产业变迁趋势
- 深度把握全球经济脉动



扫码下载APP

考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）
英语类：四六级万词班专四专八雅思等
财经类：初级会计、中级会计、注册会计、高级会计、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审
公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360
银行：银行招聘、笔试、面试
教师资格：小学、中学、教师招聘面试
建筑：一建、二建、消防、造价
法考：主观题、客观题
多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容
精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI 课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...
押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。
资料领取微信：1131084518
行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽晕染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格证备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

思维导图教程＋素材	20000 份行业研究报告	一级造价工程师备考资料

上万 GB 教学资料（均全套,非杂乱）免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等（全套 1000 多 GB）

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等（更新超 2000GB）

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料（超过 2 万 GB）

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	聂枭	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课	驻容术	泡妞撩汉性福合集

注：太多了，无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好：	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学	
音乐乐器：	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学	
	吉他教学					
体育运动：	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	乒乓球教学	太极拳教学	
	围棋教学	高尔夫球				
生活实用：	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织	
	小吃+美食					暗号：666
语言学习：	英语					免费领取资料微信
电脑 IT：	办公 office	PS 美工教学				1131084518

微信1131084518
撩汉liaohan.net
最好资源zuihaoziyuan.com





前瞻产业研究院

前瞻产业研究院是中国产业咨询领导者！隶属于深圳前瞻资讯股份有限公司，于1998年成立于北京清华园，主要致力于为企业、政府、科研院所提供产业咨询、产业规划、产业升级转型咨询与解决方案。



前瞻经济学人 让你成为更懂趋势的人

前瞻经济学人APP是依托前瞻产业研究院优势建立的产经数据+前沿科技的产经资讯聚合平台。主要针对各行业公司中高管、金融业工作者、经济学家、互联网科技行业等人群，提供全球产业热点、大数据分析、行研报告、项目投资剖析和智库、研究员文章。

报告制作：前瞻产业研究院

联系方式：400-068-7188

产业规划咨询：0755-33015070

主创人员：李颖诗 / 朱茜 / 朱琳慧

更多报告：https://bg.qianzhan.com